COMISIÓN DE PRESUPUESTO INTEGRADA CON HACIENDA

(Sesión celebrada el día 4 de setiembre de 2018).

SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Son las 15:07).

La Comisión de Presupuesto integrada con Hacienda da la bienvenida a la delegación del Ministerio de Turismo, representada por la señora ministra, Liliam Kechichián; el señor subsecretario, Benjamín Liberoff; la directora general, escribana Hyara Rodríguez; el director nacional de turismo, Carlos Fagetti; el señor Cristian Pos, la contadora Betina Corrales, la señora Susana Guzmán, el señor Fernando Calleros, la señora Alicia Montesano y la contadora Adriana Rutthay.

La metodología de trabajo que estamos siguiendo es la de que hagan un desarrollo general para luego pasar al articulado, que en este caso consta de un solo artículo.

SEÑORA MINISTRA.- Es un gusto estar aquí. Voy a intentar que la exposición sea breve, pero debemos rendir cuentas de 2017 y hay mucha información.

Lo primero que queremos compartir con ustedes son las cifras finales de la actividad turística de 2017. Al Uruguay llegaron 3:940.788 visitantes y si les sumamos los cruceristas, alcanzan la cifra de 4:200.000; podemos considerar al 2017 como el año récord de turismo desde que se recaban cifras en el ministerio. Por concepto de divisas, ingresaron USD 2.333:000.000. En cuanto a la balanza comercial, siempre decimos que no podemos engañarnos cuando hablamos de turismo. Tenemos que decir lo que ingresó, pero también debemos tener en claro cuánto sacaron los uruguayos al exterior, en ese ida y vuelta que es el turismo y que nosotros defendemos mucho. Igualmente, podemos decir que la balanza comercial fue superavitaria en USD 1.334:000.000, casi un 24 % más que la balanza comercial de 2016.

En la pirámide que se ve en pantalla se muestra el origen de los visitantes al Uruguay. ¡Si será importante, en estas horas, hablar de este tema! Como se puede observar, se destaca la altísima presencia y la llegada de turistas argentinos al Uruguay. De esos 4:200.000, 2:656.000 son argentinos que dejaron en nuestro país USD 1.596:000.000 de divisas. En segundo lugar, están los brasileños, en cuyo caso hubo un crecimiento grande, pues vinieron 504.000 cuando históricamente venían 130.000 o 150.000, y el año pasado superamos el medio millón con USD 293:000.000.

Después, figuran los uruguayos residentes en el exterior, que cuando llegan al país los consideramos turistas: son 331.000.

Luego, tenemos una cifra de 64.000 chilenos y unos 43.000 paraguayos.

En la segunda pirámide se puede observar que los argentinos representan el 67 % del turismo en nuestro país y el 68 % de los ingresos. Los brasileños, el 13 % de los visitantes y el 13 % de los ingresos. Las cifras siguientes son menores: 8,5 % los uruguayos con el 5,5 % de ingresos de divisas.

En los 3:940.000 el 67 % de visitantes corresponde a turistas argentinos.

Si sumamos argentinos y brasileños, como se puede ver en el gráfico, pasamos a tener un 80 % de visitantes, entre argentinos y brasileños que llegan a nuestro país, y un 81 % de ingresos de divisas. Ni que hablar si le sumamos los uruguayos que vienen desde el exterior, los chilenos y los paraguayos —es decir, la región ampliada— el porcentaje de visitantes pasa a ser el 91 % y el 91 % del ingreso de divisas.

Esto significa que todavía la región es clave para el desarrollo del turismo en el Uruguay. Pero esta condición no es solo de nuestro país, sino que, en casi todos los países con desarrollo turístico en el mundo, sus principales clientes son los vecinos, los más cercanos. Eso le pasa a España, a Inglaterra, a Francia, a Alemania, al mundo asiático, región donde los chinos son sus principales clientes.

En 2017, como se puede ver en pantalla, el gasto promedio de un turista fue de USD 592 por persona, teniendo en los argentinos USD 601, en los brasileños USD 581 y, una vez más, como ha sucedido históricamente en el Uruguay, los paraguayos —que, si bien no son muchos, aproximadamente 45.000— son los que más gastan, con un gasto per cápita de USD 1.364 por persona. Pero, insisto, el promedio fue de USD 592.

Si comparamos el año pasado —sobre el que estamos rindiendo cuentas— con el año 2016, tuvimos un crecimiento de 18 % más de visitantes. Bueno es reconocer que esta comparación es con un 2016 que ya había sido un año muy bueno en lo que a llegada de visitantes refiere. Entonces, 18 % más de visitantes y 18 % más de ingresos. En ese sentido, remarcamos el extraordinario año que fue 2017.

En relación con el turismo interno, todavía no tenemos las últimas cifras, por tanto, referiremos las últimas que se recabaron. Como todos sabemos las cifras del turismo interno se computan de una forma diferente, porque finalmente las incorporamos a la encuesta permanente de hogares del INE, entonces, tiene un procesamiento distinto al de migraciones que es donde registramos a los visitantes que llegan desde el exterior. Pero, lo cierto es que las últimas cifras indican que el turismo interno en nuestro país tiene un peso importante, con 6:000.000 de viajes por año y cerca de USD 600:000.000 de ingresos. Por eso siempre decimos que los que vienen de afuera obviamente son muy importantes, pero para la sostenibilidad de toda la cadena de valor del turismo, el interno, el de los uruguayos dentro del Uruguay, sigue siendo trascendente.

Si bien estamos rindiendo cuentas por el año 2017, es bueno que se tenga una idea de cómo han sido los primeros seis meses del 2018 donde ingresaron 1:500.000 argentinos, 220.000 brasileros y 196.000 uruguayos residentes en el exterior, lo que quiere decir que tenemos aproximadamente 1:600.000 visitantes creciendo en este primer semestre con respecto al excelente año 2017 en un 1,7% y descendiendo en un 1,8% las divisas. Entonces, si lo comparamos con ese extraordinario año que fue el 2017, venimos con un primer semestre del 2018 muy bueno.

Los principales destinos turísticos del 2017 son, en primer lugar, Montevideo

—principal destino turístico— con 1:077.000 visitantes y un crecimiento del 13,4% con respecto al 2016; en segundo término, Punta del Este con 824.016 visitantes y un crecimiento del 19,6% y, en tercer lugar, el litoral termal con 670.134 visitantes y un crecimiento muy importante del 35%. Estas cifras responden a las personas que hacen migraciones y vienen del exterior y no se tiene en cuenta el turismo interno. El cuarto destino es Colonia, la costa de Rocha el quinto, Piriápolis el sexto y Canelones el séptimo. El año pasado tuvimos un crecimiento muy importante de la costa de Rocha; fue el destino que más creció con 220.684 visitantes y un 51,7% de crecimiento en la llegada de visitantes del exterior.

Por primera vez Uruguay ingresó al Comité Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo. Creemos que como resultado de más de una década de trabajo fuimos recuperando posiciones en la OMT. En el 2005 nuestro país estaba en una situación compleja, a punto de perder su voto por deudas con el organismo, y si bien nosotros sabemos la relativa importancia que se le da a la presencia en estos organismos, en el diseño de las políticas internacionales siempre es bueno que un pequeño país como Uruguay esté presente en un organismo internacional como es la Organización Mundial del Turismo. Participamos de su primer Comité Ejecutivo que fue en San Sebastián y ahora nos están convocando para el segundo. ¿Qué acciones de promoción llevamos adelante el año pasado? Fundamentalmente participamos en ferias, y *workshops* en Brasil, Argentina, España, Colombia, Alemania, Estados Unidos, Chile, Paraguay e Inglaterra. A los *workshops* vamos acompañados por representantes de la mayoría de las intendencias y también por buena parte del

sector privado, no se trata solo de la presencia del Ministerio de Turismo. Otra de las acciones de promoción que desarrollamos fuertemente el año pasado fue la realización de *fun press y fun tours.* Recibimos 18 grupos de periodistas de diferentes partes del mundo: Brasil, España, Alemania, Argentina, Italia, Chile, Inglaterra, Estados Unidos y de Colombia, de medios muy importantes como la BBC de Londres, el *World Junior Street*, el Mercurio de Chile, revistas especializadas en turismo de Brasil, *Folia* de San Pablo. Para nosotros siempre es muy importante la llegada de periodistas que a su retorno hacen notas describiendo un poco el destino. Aclaro que si tuviéramos que pagar estas notas serían bastante inaccesibles para el Uruguay por el costo que tienen las promociones en esos medios internacionales.

También en estos últimos años hemos desarrollado y consolidado agencias de relaciones públicas en varias partes del mundo como Londres, Madrid, Berlín, México, Bogotá, Lima, San Pablo, Porto Alegre, Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Santiago de Chile. Eso significa tener personas que hacen un seguimiento de las noticias sobre el Uruguay y que a su vez van proporcionando noticias, ayudando a difundir el destino. También ellos nos advierten sobre noticias que tienen que ser respondidas por nosotros, lo que nos ha ayudado mucho al posicionamiento del país como destino.

Hemos hecho lanzamientos de temporada. Hoy alguien nos decía por qué seguimos diciendo «temporadas» si queremos dejar de hablar de ello. Es la manera que tenemos de expresar que es el lanzamiento del momento del año en que efectivamente llega más gente al Uruguay, es decir, en el verano. Ya hicimos lanzamientos en Porto Alegre, en Paraguay y, obviamente, en Buenos Aires vamos a repetirlo este año, el próximo primero de octubre, en el marco de la feria internacional de turismo que se hace en la rural de Palermo y ya no en la embajada.

Continuamos ampliando el trabajo relacionado con la marca país en el marco de la gerencia de Uruguay XXI. Más de 650 empresas uruguayas con perfil exportador y de variados rubros, se han asociado a la marca Uruguay Natural en la estrategia de promoción del país. En 2017 se concretó la primera feria MUY, en la que se realizó una muestra de productos de empresas socias de la marca. El año pasado se llevó a cabo en el LATU a donde asistieron más de 2.000 personas. Este año el 27 y 28 de agosto se realizó en Kibón una feria de pequeños emprendedores que usan la marca Uruguay Natural, que fue visitada por más de 7.000 personas.

En relación con la conectividad aérea, cuando uno habla de turismo en este continente tiene que pensar en aviones. Como se puede ver en la pantalla, tenemos conectividad con doce aerolíneas. Tenemos conexión directa con el *hub* de Lima y con el de Panamá; vuelos directos a Estados Unidos, dos vuelos directos a Europa y, obviamente, buena conectividad con Argentina, tanto aérea como fluvial; también hay conectividad con Brasil, Paraguay y Chile. Hoy doce líneas aéreas realizan sus conexiones desde Uruguay.

Respecto a la infraestructura turística, se pueden observar en pantalla los proyectos presentados en el marco de la ley de inversiones. El año pasado se aprobaron 23 proyectos por USD 61:000.000, que están concentrados en seis departamentos: Canelones, Colonia, Maldonado, Montevideo, Rocha y Salto. Producto de esa ley de inversiones, que ha resultado interesante y atractiva, se crearon en los últimos doce años 16.000 nuevas plazas de hotel no solo en Montevideo y en el este sino también en Artigas, Fray Bentos, Mercedes, Durazno, o sea, en lugares en donde antes era impensable. Eso también tuvo que ver con una calificación especial de la ley de inversiones en el sentido de que las inversiones estuvieran en lugares no tradicionalmente turísticos.

Si usted me permite señor presidente, me gustaría ingresar en un capítulo importante relativo a cómo el ministerio empezó a regionalizar y a trabajar en el territorio. Para referirse a este tema le cedo la palabra al director nacional de turismo, señor Carlos Fagetti.

SEÑOR FAGETTI.- Como decía la señora ministra, la vocación del ministerio es desarrollar las políticas públicas de turismo en todo el territorio nacional. Con ese fin, lo que se ha planificado es hacer una regionalización del país, para hacer un trabajo de más cercanía con los distintos departamentos, y también tomando como experiencia lo realizado a partir de un programa con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo □BID□, que hoy es conocido como «Corredor de los Pájaros Pintados». Esto nos permitió desarrollar una experiencia justamente instalando en esa región un equipo sólido de técnicos, de acompañamiento, de calificación de la oferta, de trabajo con los actores locales. Luego el señor Christian Pos va a profundizar al respecto.

Todo esto nos dio la pauta de cómo trabajar a nivel de las demás regiones, si bien las infraestructuras y el posicionamiento como país se venían trabajando desde antes. En ese marco

empezamos a hacer llamados a técnicos con asignación territorial, y ya hoy tenemos una técnica en turismo en Rivera y otra en Maldonado. La de Rivera se encarga de cubrir la región norte, que está involucrando los departamentos de Tacuarembó, Rivera y una parte de Artigas, la capital, porque Bella Unión pertenece al Corredor de los Pájaros Pintados. La región este, en tanto, abarca Cerro Largo, Rocha, Treinta y Tres, Maldonado y Lavalleja. La región centrosur incluye Florida, Flores, Durazno, San José y la zona este del departamento de Colonia. Y el área metropolitana involucra Montevideo, Canelones y parte de San José.

La vocación es seguir haciendo llamados para técnicos en esos departamentos, porque nos permite trabajar con los directores de departamentos, con los referentes territoriales de otros ministerios, ahora con el tercer nivel de gobierno, pero estando en la cotidiana tarea de tejer alianzas con otros actores y desarrollando las políticas públicas del ministerio hacia los territorios en forma descentralizada. Para eso, además de estos llamados, se realizaron acuerdos con los grupos de intendentes de cada región. Incluso, se firmaron algunos en el propio Congreso de Intendentes. Y eso nos permitió también avanzar en la institucionalidad de esa región. El fortalecimiento institucional pasa, entonces, por el trabajo de los técnicos del ministerio con los demás técnicos, con los directores turísticos, y con los alcaldes y concejales de los distintos municipios.

También se ha trabajado con las OGD, las organizaciones de gestión de destino. Como los señores senadores saben, el turismo en el territorio se ha ido dando en distintas formas organizativas y ámbitos de gobernanza público-privados. En algunos lugares se llaman OGD, como en Rocha; en otros, Bureau, como en Punta del Este y en el propio Montevideo, y en otros, ligas de turismo, como en Colonia o en Maldonado. También están Aprotur, en Piriápolis, o a veces ligas o comisiones de los centros comerciales, como en Salto o Paysandú. Incluso hay grupos locales de turismo, porque nos interesa que cada una de las localidades tenga sus formas organizativas para interactuar con el Ministerio de Turismo y con otros ministerios.

También hemos trabajado con la ANDE, la Agencia Nacional de Desarrollo Económico para, en el ámbito de Aprotur, en Piriápolis, desarrollar un semillero de empresas, y en la zona norte, un centro de competitividad. Luego el señor Christian Pos también va a hablar de un fondo de promoción de emprendedores en el ámbito del Corredor de los Pájaros Pintados.

También se han ido asignando, a partir de este trabajo cotidiano en los territorios, fondos para pequeñas infraestructuras de interés turístico de las localidades. El más conocido es la restauración del Águila, que permitió, además de rescatar un espacio emblemático de Canelones y de Atlántida, hacer un trabajo interinstitucional con el Ministerio del Interior, con la intendencia, con el municipio y con el ámbito de personas que están privadas de libertad.

También tenemos un fondo de pequeñas donaciones, que administramos junto con el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente y con el PNUD. Este fondo permite apoyar espacios o grupos de la sociedad civil de los distintos departamentos. Estamos hablando, por ejemplo, de La Paloma, con un grupo de mujeres pescadoras en la Laguna de Rocha; de Villa Serrana; de la Quebrada de los Cuervos, etcétera. Son grupos organizados de vecinos que empiezan a involucrarse en la cadena de valor, prestando algunos servicios a veces de cabalgata, de gastronomía, o de pernoctación. Por la vía de estas pequeñas donaciones se les permite equiparse, así como recibir una capacitación y una organización en cadena para promoverse.

Hay ahora una nueva convocatoria en los departamentos ubicados en el centro-sur, y algo que nos parece importante mencionar, es que hicimos una alianza con el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente y el PNUD para hacer llamados a proyectos de restauración costera desde Colonia hasta el Chuy. Era un fondo administrado por el Ministerio de Vivienda y el PNUD, y decidimos hacer una alianza, porque nos interesa mucho que el espacio costero esté bien mantenido y restaurado y, sobre todo, contar con la participación de grupos locales para el cuidado de esos lugares, brindando servicios a quienes allí lleguen y lo encuentren en buenas condiciones. A su vez, contar con técnicos en el territorio nos permite interactuar con otros ministerios y con los propios programas de la OPP, que tiene muchos programas de asignación de recursos en el territorio, y que ahora en diálogo con ellos puede ser más eficiente su aplicación.

Un programa que nos interesa mucho es el de caminería rural ejecutado por la OPP, sobre el que se nos pregunta muchas veces □así como también a otros ministerios□ cuáles son los caminos que priorizaríamos, lo que nos permite hacer una asignación de los recursos en forma más adecuada.

También el ministerio trabaja por la sostenibilidad y la sustentabilidad del turismo, y en esto queremos incluir el tema de la accesibilidad. Juntamente con Pronadis del Mides hemos realizado un manual de accesibilidad universal para el turismo. Entendemos que el turismo es un derecho humano que tenemos que facilitar a todas las personas para que puedan cumplirlo —por eso tenemos el programa de turismo social—, pero también queremos visibilizar lo que los empresarios y las intendencias están haciendo bien. Así pues, hemos establecido el reconocimiento a buenas prácticas de accesibilidad universal que anualmente se premian estimulando estas operaciones que son a veces muy pequeñas, pero importantes de ser visibilizadas.

Con el Instituto Nacional de Calidad —Inacal—, además de realizar actividades de formación para la mejora de la calidad de los servicios y de la oferta en general, hemos implementado el Premio Nacional de Calidad, con el Ministerio de Industria y Energía, el Premio Nacional de Eficiencia Energética, con el Sistema Nacional de Áreas Protegidas —SNAP— y dentro del marco de la Dinama y del Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente, trabajamos en todas las áreas protegidas y varias de las inversiones que se realizaron con fondos del Banco Interamericano fueron justamente destinadas a enriquecer los centros de visitantes y las áreas protegidas, en el entendido que eso mejora la calidad de la visita y la experiencia que reciben los uruguayos y los extranjeros cuando van a esos lugares.

Como síntesis de las anteriores políticas estamos haciendo una experiencia en tres localidades —en Atlántida, en el Chuy y en Almirón— avanzando hacia manuales de buenas prácticas de sostenibilidad turística de algo denominado así como Sello Verde Turístico, relativo a la calidad turística, y que trata de hacer una síntesis de cada una de las políticas que describimos anteriormente.

Otra medida que hemos adoptado es diversificar y territorializar la oferta. De aquel Uruguay conocido tradicionalmente por su oferta de sol y playa que aún existe y sigue siendo de buena calidad, nos parece que era importante para desestacionalizar, para territorializar, avanzar en ofertas que ahora se puedan trabajar de forma regional. En la diapositiva pueden verse imágenes de la Posta del Chuy, en Cerro Largo, y otras miradas sobre destinos tradicionales como en el caso de Maldonado el avistamiento de ballenas y también de aves —porque son sitios de mucha biofauna—, pero también hay inversiones como los centros de convenciones para desestacionalizar la oferta de esos lugares. A ello se suma el agro y el ecoturismo en toda la red de áreas protegidas que existen en el este, incluida la Quebrada de los Cuervos, la reconstrucción del Ventorrillo de la Buena Vista en Villa Serrana, el apoyo a repensar la fortaleza de Santa Teresa en el Parque de Santa Teresa y del Fuerte de San Miguel, la calificación de portales o de ingresos a áreas protegidas emblemáticas como es el Cabo Polonio. Antes, el ingreso se hacía de manera muy artesanal, por decirlo de alguna manera, y hoy existe el Portal del Polonio donde por un lado hay buenos servicios, buena información y un ingreso adecuado al lugar, lo que mejora la experiencia de la visita, y también la eficiencia de los recursos que allí se realizan, así como el disfrute del área de la colonia de lobos que tiene el Polonio, además de sus maravillosas playas. En la región centro sur, que involucra a Flores, Florida, Durazno y San José, estamos haciendo énfasis, junto con los departamentos y municipios, en lo que tiene que ver con los caballos, ya que ahí existe una ruta de raídes, y de acuerdo con las posibilidades del ministerio se potencia lo que allí se realiza. También quiero mencionar las actividades culturales como las que se llevan a cabo en el teatro Macció, y lo que se hace en Colonia, en Calera de las Huérfanas. Asimismo quiero referirme al departamento de Florida, concretamente, a la estancia Nuestra Señora de los Desamparados, desde donde se ha establecido una ruta jesuítica que hoy cuenta con una cartelería reinstalada y se ha hecho un dossier. Esta ruta tiene la particularidad de que involucra a otros países, como Argentina, Brasil, Paraguay y Bolivia, que poco a poco comienzan a interactuar y llegaron a tener una denominación y un logo en común; nosotros estamos haciendo lo nuestro a nivel del Uruguay.

La ruta jesuítica, Colonia del Sacramento, el Frigorífico Anglo en Fray Bentos y el Geoparque, forman parte de una segunda ruta, que es la Unesco. La foto de la Gruta del Palacio que se puede ver en la pantalla en este momento nos permite abordar otro tema que es muy importante para el ministerio, ya que se trata de la accesibilidad para personas con discapacidad. En la foto se puede ver a una persona en silla de ruedas que gracias a un esfuerzo que se ha realizado con el gobierno de Flores hoy puede tener acceso a esa zona que está declarada Patrimonio de la Unesco.

A nivel del área metropolitana y con otras regiones del país se está trabajando mucho con el enoturismo. En ese sentido, se ha hecho un dossier que incluye a todas las bodegas del Uruguay y hay una movida llamada UVA & VINO POINT que va recorriendo las distintas regiones vitivinícolas, en las que se realiza enoturismo. Con esta iniciativa se articula lo que es la propuesta cultural con la de las bodegas de esos lugares.

En la región norte se ha invertido fuertemente en lo que son los centros de visitantes, tanto en la Avenida Internacional de Rivera como en la capital de Artigas, así como en el Valle del Lunarejo, que es una de las áreas protegidas más emblemáticas del país. Luego de la construcción esto se asignó a las intendencias para su gestión y el resultado es que se ha logrado una visita y una experiencia de calidad en esos lugares. En esta región también se trabaja con las localidades, en este caso, con San Gregorio de Polanco, donde hay un museo de murales a cielo abierto sobre el que también se hará un folleto, un catálogo y un plan de gestión de esos murales, algunos de los cuales se han reacondicionado, ya que sufren de cierto deterioro. Asimismo, se trabajó con Paso de los Toros, con la Ruta de Benedetti y de cada una de las regiones se ha hecho un dossier de presentación, de calidad, que permite que cuando salen intendentes u operadores al exterior puedan presentar sus regiones de forma adecuada.

Por otro lado, quiero mencionar lo que se ha hecho con respecto a las pequeñas localidades, ya que el ministerio desarrolla el Premio Polo Turístico para localidades menores a 5000 habitantes. La primera de ellas fue Conchillas, en el departamento de Colonia, y también podemos nombrar a Santa Catalina en Soriano. Queremos destacar lo que se ha hecho en Mal Abrigo, lugar del que se cuentan anécdotas muy graciosas, ya que en lo que eran las rotativas que permitían que las locomotoras fueran a galpón se estaban criando chanchos y ahora ese sitio se ha rescatado. Actualmente allí hay un grupo de mujeres que dan café y otro grupo de tejedoras que hilan, tiñen y confeccionan prendas para vender cuando se hacen festivales. Asimismo, en otra parte se trabaja en cuchillería, cerámica, etcétera. Se trata de pequeñas asignaciones y estructuras que para el desarrollo y el rescate de la identidad local, así como para poner nuevos destinos en la cadena productiva, son fundamentales.

Ahora podemos ver en la pantalla una imagen de Cerro Chato, lugar donde la mujer votó por primera vez, y en este momento está transcurriendo el último de los premios —así como en la actualidad hay otros llamados— en la zona de Valentines, en el departamento de Salto, en la colonia La Julia, que es un establecimiento recuperado del narcotráfico. Esto tiene un simbolismo porque se ha recuperado un lugar para ponerlo en valor para el disfrute de los visitantes.

SEÑORA MINISTRA.- Terminamos la presentación de las regiones con la exposición del licenciado Pos, quien desarrollará brevemente lo relativo al Corredor de los Pájaros Pintados.

SEÑOR POS.- Buenas tardes.

Brevemente comentaré de qué se trata el Corredor de los Pájaros Pintados. A partir de 2017 —objeto de esta rendición de cuentas— los cuatro departamentos principales que integran el corredor, Soriano, Río Negro, Paysandú y Salto, más las localidades de Carmelo y Bella Unión —que no están aquí por temas estadísticos— tuvieron un crecimiento bastante amplio, tanto en visitantes como en gastos, con relación al que tuvo en 2016.

Los antecedentes de este proyecto tienen que ver con la instalación, en 2012, de las coordinaciones regionales del ministerio de turismo en el litoral y en el norte, que trabajó directamente en doce localidades. A partir de allí se formaron grupos locales en localidades que no practicaban tradicionalmente la actividad turística como oferta, y se generaron las condiciones para empezar a hablar del trabajo en red.

Esto llevó a que en marzo de 2016 se firmara un convenio con las cinco intendencias ubicadas en el litoral, desde Artigas hasta Soriano, que dio como resultado la creación de este Corredor de los Pájaros Pintados, cuyo nombre tiene que ver obviamente con una de las acepciones del río Uruguay. Posteriormente, en 2018, se integró la localidad de Carmelo, del departamento de Colonia.

Ese convenio da nacimiento a este corredor, que parte de un proyecto vip del ministerio de turismo y que —como observarán los señores senadores— tiene varios años de ejecución. Se puede realizar por la existencia de una política de Estado, una política pública con relación a la regionalización y al asociativismo.

El convenio tiene como objetivo obviamente consolidar un espacio de trabajo que promueve la asociatividad público-privada para fortalecer esa oferta turística del corredor. A partir de ahí hemos podido desarrollar una serie de acciones que hoy nos tiene trabajando en otros ámbitos de este corredor y hemos podido avanzar en proyectos como el del observatorio o un fondo de promoción,

integrado en partes iguales por el Ministerio de Turismo y las intendencias, que se acuerda para ejecutar en forma conjunta.

Dentro de ese mismo convenio, entre los objetivos □además de favorecer la asociatividad en cada destino, en cada localidad que integraba el corredor□ se encuentra la posibilidad de identificar, de conseguir recursos financieros para realizar proyectos extra a los ya presupuestados en el ministerio, de avanzar en la información estadística del observatorio □como recién decía□, y de generar un plan de marketing operativo específico para la región. Esto se concretará después en la elaboración de un plan operativo anual, donde se consensua con la intendencia y el resto de los socios, qué acciones se desarrollarán en el año.

El Corredor de los Pájaros Pintados tiene una mesa de coordinación □donde se toman las decisiones□ integrada por el Ministerio de Turismo y las direcciones de turismo de los departamentos que integran el corredor. A su vez, las direcciones de turismo tienen como objetivo trasladar las preocupaciones del sector privado de cada uno de los departamentos.

Se ha instalado un grupo de comunicación con funcionarios de las intendencias y del ministerio, y referentes de las intendencias para el observatorio turístico del corredor. Además, existe la instancia de la asamblea, donde participan los representantes del sector privado de todas las localidades. Hoy en día tenemos 140 privados adheridos al corredor □en la diapositiva dice 110, pero por suerte en estos días hemos seguido sumando interesados□ que se manifiestan a través de la asamblea o de las participaciones de los grupos locales, centros comerciales y demás.

Entre diciembre y enero de cada año, esa mesa estratégica de coordinación elabora el plan operativo anual □en acuerdo con las intendencias y los ministerios□, se establece un presupuesto y acciones a realizar, en partes iguales, que también se ejecutan con el aporte del sector privado.

Entre los últimos avances que fortalecen el corredor, podemos mencionar la incorporación de Carmelo y la adhesión de la Comisión Técnica Mixta de Salto Grande y de la CARU. Para nosotros esto es muy importante como respaldo institucional y porque colabora en la canalización de fondos y proyectos, así como en los ámbitos binacionales con Argentina, donde también estamos desarrollando proyectos. También cabe destacar la realización de doce reuniones anuales de esa mesa estratégica que comentaba y la realización de las dos asambleas de los adherentes en el año. Eso da al corredor una estructura bastante fuerte para la institucionalidad turística, sobre todo teniendo en cuenta la región que abarca.

Brevemente □porque ya se ha descrito para el resto del país□, quiero mencionar las acciones que hemos llevado adelante: capacitación, intercambio de informantes turísticos entre las intendencias y guías de museo □para que puedan informar sobre los destinos de toda la región y no solo del propio□, jornadas de sensibilización con trabajadores indirectos del sector turístico y herramientas de gestiones ambientales para los eventos turísticos.

En lo que tiene que ver con la oferta integrada, cabe mencionar el desarrollo de una ruta gastronómica con fondos de Salto Grande. Con esto se pretende destacar las singularidades gastronómicas del territorio, y a partir de allí vivir una experiencia turística y conocer el departamento a través de la gastronomía. Asimismo, tenemos los viajes de turismo social, tanto emisivos como receptivos, es decir, la organización de la salida de los ciudadanos de las localidades y la llegada a pequeños pueblos, donde el turismo social puede haber sido una primera experiencia de recepción de turistas. También está el diseño de paquetes con agencias de viajes para comercializar.

Como decía el director nacional, ayer se abrió la segunda convocatoria del fondo concursable del Corredor de los Pájaros Pintados que estamos haciendo con ANDE. En este momento se están firmando los contratos con los ganadores de la primera convocatoria □que son nueve de todo el litoral, de las 61 propuestas que hubo□ y ahora lanzamos la segunda convocatoria, que es un fondo de USD 125.000. En este caso se le dará hasta $ 570.000 a los emprendedores y hasta $ 750.000 a las jóvenes empresas, no reembolsables. Esto se hace con la Agencia Nacional de Desarrollo siguiendo el esquema de los capitales semilla que ella maneja.

No me voy a detener en la comercialización, porque es en algo en lo que va a profundizar el señor subsecretario, pero puedo decir que se están haciendo acciones concretas en el corredor. Simplemente, quiero destacar dos obras que se inauguraron durante el ejercicio 2017, para también abarcar el período de esta rendición de cuentas.

Una es la estación fluvial de Nuevo Berlín, que sirve de puerta de entrada al área protegida Esteros de Farrapos. Esa es una obra de infraestructura de más de USD 350.000, que permite tener un lugar con los servicios básicos para recibir a los visitantes en una pequeña localidad que forma este corredor.

La otra obra es el centro de visitantes de Montes del Queguay, que es un área protegida. Allí se pueden realizar varias actividades como senderismo, flotada, canotaje, pesca, observación de vestigios arqueológicos indígenas, etcétera. Esto le da a la zona de Termas de Almirón y Guichón todo un sustento de servicios turísticos en áreas protegidas a partir de una inversión en infraestructura del ministerio, que también está en el entorno de los USD 350:000.

En pueblo Belén, en Salto, también se puso en valor la zona costera, del lago de Salto Grande, con una inversión menor, de unos USD 150.000, también con aportes de Salto Grande, tratando de revalorizar esa zona muy cercana a Termas del Arapey y generar esos circuitos que permitan a los turistas visitar más de un destino y generar mayor derrame en las zonas en las que interviene el Ministerio de Turismo a través de este programa.

Para finalizar, quiero mencionar algunos resultados. Este Corredor de los Pájaros Pintados tiene su base en un programa BID, que tiene una evaluación externa cuando finaliza. En este caso, el año pasado se finalizó el programa de apoyo al sector turístico y ahora comenzamos el programa de desarrollo de corredores turísticos.

En la evaluación de las metas, como ustedes pueden ver en la presentación, la meta en el ingreso de divisas se cumplió en un 166 %, pasando de $ 65:000.000 en 2009 a prácticamente $ 130:000.000 en 2015, y luego eso siguió aumentando. La meta de empleo se cumplió en un 111 %, llegando a 14.800 empleos. En el caso de la meta de ingreso en hogares de menores recursos fue el 103 % llegando a USD 7,49 por cada 100 de ingreso por turismo, en 2015. Los años están de esa manera porque son metas establecidas con el banco.

Por otro lado, las encuestas que se realizaron en las localidades que fueron beneficiadas por el programa y en las otras localidades que no lo fueron —llevadas a cabo para ejercer el control— dieron muy positivo los temas que tienen que ver con la apreciación de la administración pública en el territorio, con la actividad turística, con la llegada de turistas y con las actividades económicas relacionadas al turismo.

Este programa también fue evaluado positivamente en todas esas dimensiones, lo que nos satisface porque quiere decir que la aplicación de las herramientas diseñadas tuvo el efecto que buscábamos.

Este programa también llevó a una mejora del desempeño ambiental por parte del ministerio con la asesoría socioambiental de técnicos abocados a este programa, lo que permitió la interinstitucionalidad en varios aspectos, garantizando la participación y visión del turismo en varias de estas instancias nacionales donde se gestiona lo ambiental.

SEÑOR SUBSECRETARIO.- En realidad, cuando nos planteamos el trabajo promocional debemos tener en cuenta que no necesariamente hay un solo medio en particular que nos permite atraer a los turistas. Del mismo modo que cuando consultamos un médico nos dice que la enfermedad es multicausal, en este caso, también es así y por acumulación.

Vale decir que por concepto de turismo en el año 2005 Uruguay recibía USD 540:000.000 y tenía alrededor de 2.1 millones de visitantes. En 2017 —tal como planteaba la señora ministra— recibimos USD 2.300:000.000 de ingreso y 4.2 millones de visitantes, a lo que habría que sumar aproximadamente 250.000 personas que no hacen migración y que en la frontera seca permiten el tránsito muchas veces asociado al turismo de compras o a recorrer el territorio sin tener que hacer migración. Por lo tanto, más allá de que son valores en dólares corrientes, si lo hacemos en dólares constantes el crecimiento oscila entre 2,6 % y 2,7 % con relación a lo que era diez años atrás.

Desde ese punto de vista cuando nos fijamos los objetivos del año pasado para crecer nos planteamos —tal como los señores senadores pueden observar en la gráfica— mantener y crecer en el gasto de los turistas argentinos —24 % en el número y 36 % en el gasto—, crecer en la cantidad de brasileros —se operó el 17 % y en dinero también tuvimos crecimiento— y un resultado vinculado con

los chilenos que no pudimos completar en su totalidad, pero de todas maneras eran 50.000 que regularmente llegaban al territorio nacional y pudimos alcanzar la cifra de 65.000.

Un aspecto bien significativo en el Uruguay es el problema de la estacionalidad. Si miramos los números actuales tenemos un primer trimestre con algo más de un tercio, un cuarto trimestre que tiene prácticamente un tercio y el segundo y el tercero han crecido para ubicarse en un tercio más. Por lo tanto, siempre vamos a tener temporadas de alta, siempre hay picos □en todos los destinos turísticos□, pero de alguna manera vamos logrando que la ensenada del segundo y tercer trimestre crezca un poco cada vez y eso es importantísimo para desestacionar la realidad turística del país.

En esos planteos nos habíamos diseñado para el año 2017 particularmente trasladar los beneficios que tenían los turistas en la campaña y eso lo hicimos sistemáticamente. El eje lo pusimos también procurando crecer en Chile y fuimos incorporando otros factores, como son el manejo de la inteligencia artificial, del *big data*, y todo el trabajo digital que después vamos a poder ver.

La primera parte fue el diseño de la campaña del Uruguay, para lo que tomamos como eje el eslogan *Made in Uruguay*. Los señores senadores habrán visto los *spots* publicitarios que hacían referencia a la historia de uruguayos cuyos padres vinieron a Uruguay años atrás y que efectivamente son historias verdaderas. En lo que tiene que ver con la radio también se utilizó esta forma de comunicación, y generamos imágenes que respaldaban en lo gráfico lo que estábamos desarrollando a nivel audiovisual. Todo este trabajo en el Uruguay se realizó también a través de la vía pública y las imágenes que se pueden visualizar muestran la colocación en formato gigante en las paletas, dentro de los *shoppings*, en la rambla y en otros puntos del país.

En lo digital tenemos lo que se denomina «compras programáticas», que es la ubicación de imágenes, *banners* o anuncios publicitarios en diferentes medios a nivel internacional que presentan estas características a partir de una misma gráfica. En muchos casos, esos *banners*, a su vez, son materiales digitales, videos o audiovisuales, que luego se llevan a información adicional que se puede tener en una nuestra página web o en nuestro canal de televisión www.uruguaynatural.tv.

A nivel regional tuvimos la campaña «Vacaciones de verdad» que estuvo basada en experiencias registradas por los propios visitantes a nuestro país. Estas no fueron imágenes tomadas como *spot* publicitario, sino que se rastrearon las imágenes de los propios turistas.

(Se exhibe un video relativo al tema).

□Esto es lo que se denomina una pieza madre que posteriormente se reutiliza en cortos de quince o treinta segundos a los efectos de poder adaptarse a los distintos soportes en los cuales se presenta. Desde el punto de vista territorial estos materiales cubren distintas áreas, como la de Brasil, a través de diferentes señales, básicamente de cable.

En lo que tiene que ver con América del Sur o lo que las señales cables cubren con Argentina, Paraguay, si bien nosotros no compramos específicamente Uruguay, el FEED como tal lo toma. Por lo tanto, muchas veces vemos en las señales cable los anuncios que estamos emitiendo para otros países de la región. Los pedidos, como pueden observar, básicamente corresponden a mediados de octubre, hacen un corte en diciembre por la sobrecarga de anuncios que encontramos en los canales y luego volvemos a tomar, sobre todo, para promover lo que tiene que ver con el carnaval. A nivel del Pacífico, es este otro grupo de países en los cuales también con este otro grupo de cables estamos llegando.

En las radios en Chile nosotros también hicimos un esfuerzo por llegar, en particular, a ese mercado, porque hacía dos años que no estábamos en los medios radiales chilenos. En el caso de Argentina y Paraguay tomamos, por ejemplo, en este caso que estamos observando, prácticamente todo un edificio cerca del Obelisco. Ahí tiene el objetivo no solo de tomar el mercado argentino con esta gigantografía sino también marcar presencia en función del volumen de los extrarregionales que visitan Argentina, lo que nos ayuda. Lo que ven en el recuadro es porque, en general, el canal Crónica tomaba esa zona y aparecía regularmente todas las mañanas este edificio con la imagen, aunque en ese caso nosotros no habíamos hecho la adquisición del espacio, es decir, «garroneo». En el caso de Paraguay hicimos vía pública y lo que tiene que ver con los *shoppings*. Allí también se ha presentado la novedad de tener varias pantallas digitales en la vía pública, y alguna de ellas como la esquinera que pueden observar, es de un hotel Dazzler, en el que estamos pasando nuestra publicidad. Dentro del propio *shopping* hay un conjunto de soportes como pueden ser las paletas que son con video y se combinan

con otras áreas. En lo exterior, en el caso de Brasil, particularmente, tenemos en Río Grande del Sur este tipo de presentaciones.

En lo que tiene que ver con la digitalización para nosotros hoy es casi el 20 % de la inversión.

Lo que vemos en esta presentación es una serie de diseños gráficos que permiten ingresar a diferentes medios que se compran automáticamente y que de alguna forma nos permiten a nosotros, por un lado, ver qué mensajes son los que vamos a emitir para los distintos públicos y con qué gráfica vamos a acompañar. Y esto, a su vez, nos ha permitido que muchos destinos del Uruguay, que tradicionalmente no era posible incorporar en las campañas generales, en estos casos sí los incorporemos. Luego también hay que definir los soportes a los cuales vamos a estar enviando los mensajes, o sea, el celular, la Tablet o la computadora. A su vez, esta trilogía, en nuestro caso, para la temporada anterior, se combina para 55 audiencias distintas, por los cuales los mensajes que el ministerio enviaba no tenían que ver con un solo público sino que diferenciaba en función de a quién se le quería enviar los mensajes. Esto significó que a lo largo de la temporada, dado que con estos distintos soportes estábamos llegando, van a ver que nosotros tuvimos, prácticamente, un diseño de 32.000 avisos distintos para los públicos. A los cordobeses se les mandaban cosas distintas que a los paraguayos o a los del sur de Brasil, y aquí no es lo mismo Porto Alegre que el interior de Río Grande del Sur o San Pablo, y así sucesivamente. Esto nos permitió, por los algoritmos, componer esos 32.672 anuncios, que era para los cinco países y, finalmente, para 86 regiones. Cada nueve horas nosotros teníamos la posibilidad de conocer cuál de esos mensajes eran los que mejor comportaban para las audiencias que nosotros enviábamos los anuncios y se autogeneraban nuevos anuncios en función de esas audiencias para tener un mayor impacto digital. De todas maneras, esto no es Cambridge Analogic, sino que funciona, no por direcciones personales sino por mercado genérico, de acuerdo con los perfiles comportamentales o motivacionales de las búsquedas que se tienen.

Y un nuevo elemento que apareció dentro de la publicidad en la temporada pasada es lo que se denomina «publicidad nativa», es decir, la colocación de contenidos particularmente ubicados en las páginas digitales de los distintos medios a los efectos de llamar la atención. Una vez que eso sucede, se deriva posteriormente a un texto y luego, eventualmente, a nuestra página, con la cual le damos soporte.

A nivel internacional también, por primera vez, hemos estado trabajando con uno de los medios iberoamericanos más importantes que se distribuyen en el mercado europeo. Estamos hablando de Hosteltur. Con ellos, para bases de datos de unos 21.000 seguidores, hicimos textos especiales de publicidad o *newsletters* para los cuales tuvimos que generar información ampliatoria. En esos casos, los mensajes que fueron enviados por nosotros tuvieron un 22 % de apertura y de lectura cuando, en general, el porcentaje de apertura de otros mensajes de otros países o de otras características llega a ser de entre el 8% y el 11 %.

En lo que tiene que ver con algunos respaldos que pueden hacerse digitalmente, a través de ellos pudimos generar los formularios de autollenado para la migración. De esa forma, se facilita el ingreso al país. A través de ese sistema llegamos a 1:800.000 personas, lo que permitió más de 7000 formularios que, al llegar a migraciones, facilitaban el ingreso.

Esta forma de acción digital también posibilita hacer campañas particulares como fue el caso de *Velas Uruguay 2018*. O sea que, en el marco de una campaña general, tenemos la posibilidad de hacer campañas particulares, a públicos particulares, en territorios particulares. Lo mismo pudo hacerse, por ejemplo, con algunas de las jornadas del cordero y el tannat, en Rivera, o con el festival de Andresito. Se trata de cosas que antes eran totalmente imposibles debido a los costos de diversificación para poder llegar con esa información.

Todo esto nos permite decir que en la temporada 2017-2018 ustedes disponen del número de potenciales contactos que tenemos, ya sea por medios tradicionales o digitales.

A su vez, lo digital tiene otra particularidad ya que, por la tecnología existente, hoy estamos pagando por visualizaciones reales, no por simplemente aparecer en una página. Muchas veces, al hacer el *scrolleo* o recorrer las pantallas, todos evitamos la publicidad. Pero desde el punto de vista de la tecnología, lo que hace el ministerio es pagar por visualizaciones reales, lo que significó casi 1.900:000.000 personas alcanzadas.

La generación de contenidos es, también, parte de lo que hicimos con las señales de cable. No solo somos tanda sino que, a su vez, incorporamos actividades como la que podemos visualizar en este momento, que en este caso tiene que ver con el *Running* en alguna zona, como puede ser Villa Serrana u otras zonas como, por ejemplo, los palmares de Rocha.

(Se exhibe video).

—Actualmente llegan mucho más lejos los mensajes a través de la generación de contenidos que por medio de las tandas convencionales. Por lo tanto, es parte de lo que hay que guionar y trabajar. En el caso de Uruguay, hay programas como *La receta paseandera* o lo que pueden ser *Desayunos informales*, *Buen día Uruguay* o *La mañana en casa*, en canal 10, donde se guionan contenidos dando información. No se trata de una venta publicitaria tradicional, pero eso es lo que efectivamente nos lleva el trabajo promocional.

Algunas de las acciones que llevamos adelante tienen que ver con intervenciones directas como, por ejemplo, en el *shopping* de Porto Alegre, donde hay una base en la que las personas pueden sacarse una foto en determinado lugar —tal como se aprecia en pantalla—, la que posteriormente se proyecta en las pantallas led que están en el exterior del centro comercial. Por lo tanto, tienen la posibilidad de avisar a sus familiares que están saliendo sus fotos. Esta una forma de interacción que hoy permiten los nuevos medios digitales.

En definitiva, las otras acciones ya fueron expuestas por la señora ministra y una de ellas tiene que ver con la venida de agencias de viaje y también de periodistas.

A su vez, esa generación de contenidos hace que nuestras agencias de relaciones públicas en el exterior amplíen o diversifiquen toda aquella información que no necesariamente tiene que ver con turismo, como ser un festival de tango, la producción de energía eólica, en días en que en nuestro país las energías alternativas permiten llegar a valores muy importantes.

Por último, en cuanto a la inversión total de la campaña, la misma alcanzó los USD 5:263.818, con una distribución por medios —por el tipo de soporte con el que estamos trabajando— y también con un detalle sobre cuánto tiene que ver con el Uruguay, con Montevideo y el interior, y con la campaña en general a nivel internacional.

SEÑORA MINISTRA.- Tal vez la presentación haya sido un poco extensa, pero hay mucha cosa y nos parece bueno compartirlo con el Parlamento porque a veces se ve pero no se conoce todo el trabajo que hay atrás. En los últimos años el ministerio ha aprendido mucho sobre la incorporación de las nuevas tecnologías de promoción, lo que nos ha permitido, incluso, administrar el presupuesto de una manera mucho más eficiente, fundamentalmente en cuanto a lo digital, dado que tiene un costo diferente, y ni que hablar del trabajo en el territorio.

Rápidamente les comento que la oferta que hoy tiene el Uruguay es la que vemos en pantalla: turismo de sol y playa; turismo náutico; turismo patrimonial —del que hablaba el director nacional de Turismo—; turismo en espacios de naturaleza; turismo LGBT —producto de su agenda de derechos, Uruguay es el país más amigable para este segmento en América Latina—, turismo de cruceros; turismo termal; turismo social; turismo de congresos y el turismo enológico. Quiero detenerme en el turismo de reuniones porque es muy importante a nivel mundial, pero Uruguay venía remando de muy atrás. Hoy nos ubicamos en el número 48 del *ranking* mundial de países organizadores de congresos. Al respecto podemos decir que se hicieron 379 reuniones el año pasado en el Uruguay, de las cuales 68 fueron internacionales, 69 regionales y 242 nacionales. Efectivamente, la presencia de la mayor inversión pública para desestacionalizar un destino altamente estacionalizado, Punta del Este, como lo fue la construcción del centro de convenciones en esa ciudad, ha marcado un antes y un después para este producto. Ponemos el ejemplo de China LAC porque en Uruguay habría sido imposible, quizás, organizar una reunión simultánea en la que participaran, como efectivamente ocurrió, más de 2.400 empresarios extranjeros, autoridades, medios de comunicación y más de 600 participantes chinos que se quedaron deslumbrados con ese centro de convenciones. Ni que hablar de lo que en poco tiempo significará el Antel Arena para la ciudad de Montevideo, porque más allá de un escenario deportivo y un centro de espectáculos, será un lugar que abrirá enormes posibilidades para la realización de convenciones con altísima tecnología, todo lo cual será un aporte muy grande para este producto.

En cuanto a la temporada de cruceros 2016-2017, podemos decir que desembarcaron 260.704 cruceristas que gastaron casi USD 10:000.000. La empresa Costa Crucero siguió haciendo el recambio del buque Costa Pacífica en el puerto de Montevideo. Además, el año pasado Uruguay fue sede del V Encuentro Regional de Cruceros, que es donde participan las empresas armadoras, distribuidoras y vendedoras de este producto. Se hizo en la ciudad de Colonia y este año se hará en el World Trade Center, en Montevideo. Esto es importante porque los puertos, los armadores y los que comercializan tienen un lugar de encuentro y de intercambio para mejorar el producto.

Quiero detenerme en el Sistema Nacional de Turismo Social y en los logros alcanzados en 2017. Hemos logrado productos de calidad a precios accesibles, con una muy buena respuesta del sector privado. Ofertamos nuevos destinos y estamos saliendo en más de 150 localidades. El año pasado tuvimos 167 operadores involucrados —ahora tenemos más—; realizamos viajes inclusivos, tuvimos en el itinerario algunos de los pueblos turísticos que ustedes vieron, como Mal Abrigo; hicimos paseos por el Día del BPS y, por suerte, hoy tenemos un relacionamiento muy fluido con Educación Secundaria por lo que también incorporamos a los estudiantes al turismo social. Contamos con cinco programas: el de quinceañeras, para chicas beneficiarias de Asignaciones Familiares —que es muy exitoso—; el de adultos mayores, donde el BPS cumple una tarea muy importante; el de los trabajadores; el de los jóvenes y el de los estudiantes.

El ministerio también hizo un trabajo intenso en la calidad de los servicios durante el año pasado. Hubo seis talleres de sensibilización en gestión de calidad, en los que participaron más de 42 emprendimientos, y se hicieron visitas de diagnóstico de situación a ocho emprendimientos en el marco del compromiso de calidad con el turismo.

A través del Programa de Pequeñas Donaciones, que hacemos con PNUD y el Ministerio de Vivienda, Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente, se convocó a organizaciones de la sociedad civil, a pueblos de menos de 8.000 habitantes de la región este, para que presentaran iniciativas en el ecoturismo y el turismo local. El año pasado se recibieron 16 propuestas y se seleccionaron 10 que son las que van a recibir una donación de USD 10.000 en efectivo para hacerlas realidad. Los proyectos seleccionados son los siguientes: un multiespacio cultural y turístico en Villa Serrana —seguramente la señora senadora Aviaga conoce a la gente que realizó este proyecto, que trabaja muy bien y está muy comprometida en la organización social—; el turismo comunitario y vivencial en las sierras de Aiguá; el fortalecimiento de las capacidades locales para el ecoturismo en las grutas de Salamanca; una oferta ecoturística de los vecinos de Centurión en pos del empoderamiento local; el proyecto «A caballo o a pie» también en Villa Serrana; el proyecto «Cuidar y valorar lo nuestro», que es una propuesta de turismo comunitario para la pesca artesanal; el proyecto «Náutica para todos»; «Capivaras», la red Ánimas de turismo comunitario; y «Senderos de Luz» en la laguna del Sauce. Son proyectos de diversa significación, con una muy importante participación de organizaciones sociales y de vecinos.

Hemos trabajado mucho en la formación del empleo turístico. El año pasado hubo 114.000 personas involucradas y creo que llegamos a las 130.000; veremos este año cómo nos va. Aquí hay dos prioridades estratégicas: el empleo y la capacitación. Por primera vez tenemos una sectorial de turismo en el Inefop y allí, con el Pit-Cnt, la Cámara Uruguaya de Turismo, el ministerio y el propio Inefop, trabajamos en los 19 departamentos —en 34 localidades—, hicimos 162 cursos, participaron 3.539 personas y todos los uruguayos invertimos —porque es del fondo de Inefop— $ 44:000.000.

En cuanto a formación, estamos trabajando en un programa muy lindo, denominado «El turismo se estudia», que tiene como objetivo incorporar el turismo como una opción de estudio. Se realiza con un grupo de trabajo instalado en el ministerio, integrado por la Universidad de la República, la UTU, la Universidad Católica del Uruguay y la ORT. La idea es reconocer la labor y el esfuerzo de los jóvenes que comienzan a trabajar en este sector. Este programa se realiza desde 2015 y la última edición fue en setiembre de 2017, ocasión en la que se presentaron diez proyectos de desarrollo turístico.

En el ministerio incorporamos fuertemente —como no puede ser de otra manera y, además, porque esta ministra es mujer— los temas de género y de accesibilidad. Siempre digo que si no me hubiera tocado de cerca este tema y no hubiera tenido un nieto con síndrome de Down, no hubiera sido una ciudadana tan consciente, pero entendemos que el turismo es un derecho humano y que tenemos que llegar a todas las personas, pues todos tienen los mismos derechos.

SEÑOR MICHELINI.- Apoyado.

SEÑORA MINISTRA.- Hemos trabajado mucho en este tema y, en verdad, es muy emocionante ver cómo le cambia la calidad de vida a quienes por primera vez pueden darse un baño en el mar, con una silla de ruedas y usando flotadores, o a un sordo, jugando con pelotas de colores, o a un ciego, trabajando con los sonidos. Es muy difícil de transmitir lo que se siente, hay que vivirlo, pero entendemos que, a pesar de que estamos lejos de alcanzar niveles óptimos, hemos iniciado un camino sin retorno. A propósito, hemos recibido el apoyo de ese maravilloso uruguayo, Carlos Caballero, quien desde Noruega nos ha hecho llegar más de 150 contenedores con material para ser utilizado con personas con discapacidad. Así como recibimos este material, lo enviamos a las intendencias para que, a su vez, lo distribuyan.

Obviamente, hemos trabajado mucho también en la lucha contra la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el ámbito del turismo. Uruguay ha sido distinguido y hoy presidimos el grupo de acción regional en este tema. A veces, no se quiere hablar de este tema en el mundo del turismo, donde todo parece ser de mucho *glamour*, pero hay que estar atentos. Si bien nuestro país no lo tiene y no lo ha tenido nunca como un producto, debemos estar atentos. Además, contamos con el apoyo del sector privado que ha aceptado adherir al Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT, que establece que el turismo sexual no existe y muchos menos con niños, niñas y adolescentes. En la actualidad, para inscribirse en el ministerio, es obligatorio firmar este código de ética. Pues bien, son pasos y señales que debemos seguir dando.

Si los señores senadores lo permiten, la directora general hablará del fortalecimiento institucional, a fin de dar una idea del trabajo que venimos haciendo en el ministerio a nivel de la estructura. Por cierto, es un ministerio pequeño, que en su inicio tuvo una formación compleja y fue integrado con funcionarios excedentarios de Pluna y de AFE, o sea, personal que venía sin formación. Lo cierto es que ha hecho su camino, no solo durante estos años, ya que tiene su historia, y nos parece que es bueno mostrar en qué estamos en este momento.

SEÑORA RODRÍGUEZ.- Quiero empezar diciendo que, en verdad, cuando escucho las presentaciones de las rendiciones de cuentas del ministerio todavía me sigo asombrando de que estas cosas puedan hacerse solamente con 152 funcionarios presupuestados. Del total, 7 están en comisión fuera del ministerio y, por suerte, 13 han venido desde afuera en comisión. Esta ha sido una condición que, más allá de las convicciones personales, nos ha obligado a abocarnos a la modernización del ministerio. De lo contrario, sería imposible hacer todo esto y desplegarse en el territorio, como lo estamos haciendo en este momento, utilizando todas las herramientas que la tecnología nos permite. Por eso, en noviembre de 2016 implantamos en el Ministerio de Turismo, el expediente electrónico y funcionó bien, casi desde el momento en que se estableció y a lo largo de todo el 2017. Comenzamos a llevar adelante los compromisos de gestión, que es una forma de ordenar y planificar el trabajo y, a su vez, de estimular a los funcionarios quienes reciben una partida de dinero al cumplir con las metas y objetivos que se trazaron en equipo. Incorporamos los trámites en línea que es un programa que tiene la Agesic. El año pasado, en el momento en que la Agesic rindió cuentas, el Ministerio de Turismo era el único que tenía el cien por ciento de los trámites en línea y vamos camino a concluirlos en línea, pero por ahora se necesita algún trámite presencial.

Hemos procurado realizar concursos de ascenso a medida que se generaban vacantes, como forma de estimular a los funcionarios y, por supuesto, ha ingresado personal dado que el promedio de edad es alto y la gente se ha ido jubilando. Tratamos, por lo menos, de mantener el mismo número, solo que esta vez con características diferentes porque hemos contratado licenciados en turismo, que es lo que en realidad necesita el ministerio, profesionales del turismo que lleven adelante todos estos planes.

Además, como forma de proteger y hacer que las funcionarias mamás se sientan cómodas, desde el 2012 el Ministerio de Turismo cuenta con una sala de lactancia, y dado el ingreso de personal joven, muchas de ellas mujeres, es un lugar al cual se le ha dado uso.

Por último, estamos embarcados en una restructura que nos permita lograr una carrera administrativa que sea apetecible para los funcionarios, de modo tal que estos sientan que vale la pena concursar para ascender y ocupar distintos grados de responsabilidad. En eso estamos, supongo que rendiremos cuentas del resultado el año que viene, pero si lo logramos a tiempo, les haremos llegar a la brevedad el proyecto de la restructura.

SEÑORA MINISTRA.- El año pasado concretamos con la OPP un estudio de prefactibilidad para la concreción de un centro recreativo total o parcialmente techado. Concebimos el parque como un atractivo de turismo en sí mismo, que complete la oferta turística, es decir, que nos permita

desestacionalizar. En la actualidad, ese estudio está a disposición de las personas que tengan interés en instalar en Uruguay una oferta que en muchas partes del mundo ha sido atractiva y que ha permitido desestacionalizar algunos destinos.

Por otra parte, concretamos la compra de nuestra nueva sede, ya que el lugar que hoy ocupa el Ministerio de Turismo, el viejo depósito Santos —del cual no nos iríamos nunca, porque es un lugar hermosísimo—, en el futuro será la terminal de cruceros de la ciudad de Montevideo. El nuevo local está ubicado en Cerrito y Zabala y estamos trabajando junto con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas para terminar el proyecto final de adaptación.

Finalmente, en estas horas estamos terminando la actualización del Plan Nacional de Turismo Sostenible. Creo que el principal aporte que este equipo político del Ministerio de Turismo le ha hecho a esta actividad es dejar de hablar de temporada en temporada y haber diseñado un plan estratégico que marcó cuatro o cinco grandes líneas de acción. Lo estamos actualizando con el mismo criterio de consulta a lo largo y ancho del país, en las regiones, con el sector privado y, obviamente, con las intendencias, con las cuales —quiero destacarlo— llevamos adelante un trabajo conjunto muy bueno a nivel de todas las regiones. En definitiva, cuando uno promueve un lugar, eso tiene que ver, muchas veces, con la labor local, municipal y departamental. El Parlamento, a través de la Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios, fue consultado sobre este punto. Seguramente ustedes lo van a recibir cuando esté terminado. En estas horas todavía estamos recibiendo algunos aportes del sector privado y de los directores de turismo de los departamentos. Creo que será un aporte interesante para dejar marcadas determinadas líneas en un siglo XXI muy desafiante, en una región muy desafiante, en una actividad que no para de crecer a nivel internacional. El año pasado viajaron más de mil millones de personas en el mundo mientras que en 1950 no viajaban más que cincuenta millones. De modo que esta es una de las grandes industrias del siglo XXI, sin ninguna duda.

Todo esto tiene que ver con algo que nos propusimos hace años, cuando llegamos al ministerio: tener turismo todo el año, en todo el país y, fundamentalmente, para todas las personas.

Gracias.

SEÑOR CAMY.- Damos la bienvenida y saludamos la presencia de la señora ministra, de las autoridades y de los asesores que componen la delegación que representa al Ministerio de Turismo.

Antes de hacer las preguntas, corresponde que haga algunas referencias.

Reconozco especialmente en la señora ministra a una persona dispuesta y muy práctica. En más de una oportunidad en que solicitamos alguna consulta al ministerio en relación con nuestra labor como senador de la república, encontramos disposición, practicidad y eso, nobleza obliga, hay que destacarlo como corresponde.

En tres oportunidades se nombró a Mal Abrigo. Comprenderán lo que significa para mí, que tengo en ese rincón del mapa a mis afectos más queridos y a mis recuerdos mejor atesorados. En la primavera de 1970, cuando se llevó la imagen de la Virgen a la Sierra de Mahoma —Mal Abrigo está escondido detrás de esa sierra, en el noreste de San José—, Wenceslao Varela, que nació en el Cautivo, muy cerquita de ahí, le dedicó un romance al lugar, que yo memoricé desde niño y que empezaba así: «Villorrio de ranchos bajos color tristeza y silencio, naciste cuando la patria estaba trenzando sueños, y por amor al pasado te arrodillaste en el tiempo, temiendo que te tocara, innovador, el progreso— ». Y el progreso le llegó a Mal Abrigo, por supuesto, de la mano de Mevir, el 9 de setiembre de 1979 y con la llegada de la luz eléctrica. Sin embargo, creo que contribuyó significativamente al progreso eso que ustedes nombraron como ejemplo, es decir, la remodelación de la vieja estación y la revalorización patrimonial e histórica, que han llevado a que Mal Abrigo tenga una faceta que nadie imaginaba, que es la de ser un pueblo turístico. Hoy lo es; allí se realiza el festival de leche normando, etcétera.

Es de las cosas que se tienen que reconocer y doy fe de que las autoridades no exageraron a ese respecto.

Voy a hacer una pregunta concreta.

La situación de Argentina nos preocupa a todos. Evidentemente, Uruguay y fundamentalmente Punta del Este, serán destinos turísticos caros para los argentinos por la depreciación de su moneda respecto del dólar. Hemos escuchado que se podría fijar, eventualmente, una tasa para los argentinos —como ya ocurrió en otros gobiernos— en relación al uso de la tarjeta de crédito en el exterior. También escuché por ahí sobre la eventualidad de la aplicación de una tasa para los pasajes aéreos, etcétera. Me gustaría saber si la ministra tuvo algún tipo de diálogo o contacto con su par de Argentina, a efectos de planificar un plan de contingencia ante estas eventualidades. Si bien el paquete económico y fiscal no fue anunciado por el Gobierno, sí estuvo arriba de la mesa.

En definitiva, quisiera saber si hay alguna estrategia o algún plan de medidas concretas ante lo que eventualmente puede surgir —ojalá que no— en Argentina a raíz de la situación que está atravesando, porque sabemos todos el significado que tiene este país en el Uruguay como destino turístico.

SEÑOR HEBER.- Por nuestra parte damos también la bienvenida a la señora ministra, al señor subsecretario y a todo el equipo, que nos hizo una excelente presentación.

Indudablemente tener hoy una cifra de más de 4:000.000 de turistas es realmente un ideal al que se ha arribado y todos debemos congratularnos de esto. Además, según dijo el señor ministro de Economía y Finanzas, estamos hablando del principal sector de ingresos del país, porque implica no solamente los servicios que se dan sino también lo que se consume en el Uruguay, que es una exportación en pie, por decirlo de alguna manera. La cifra, insisto, es fabulosa, y felicitamos al ministerio en ese sentido, porque creo que eso es desarrollo del país.

Pero mis preocupaciones van en el mismo sentido de las que señalaba el señor senador Camy. Vimos ayer a la señora ministra en los noticieros diciendo que se había anunciado pero que se desmentía la posibilidad de un impuesto, pero lo cierto es que estamos hablando de la relación de cambio que tienen los argentinos, que son el 70 % de esos 4:000.000 de turistas. Aclaro que esto no va en desmedro de los méritos que ha hecho el ministerio para tratar de diversificar en la región, pero hay una cantidad de imponderables que llevan a que se dé esta situación. Por ejemplo, la falta de playas cercanas en Argentina y el hecho de que Brasil tiene una oferta muy interesante también. Es decir que no va por ahí. Va por la preocupación por el tipo de cambio.

Nosotros estamos muy preocupados por la situación en Argentina. Todavía no lo hemos planteado en la comisión, pero nos parece importante que en algún momento volvamos a pedir la presencia del equipo económico, porque a nosotros los números no nos están dando. Pero una de las áreas en donde puede repercutir más el desastre que está pasando en Argentina es en el turismo. Entonces, la pregunta es si hay alguna otra medida que se pueda tomar en este sentido. Aclaro que no estoy hablando del tipo de cambio; no estoy sugiriendo ninguna devaluación interna. Pero ¿el ministerio está pensando en buscar algo más para brindar, además de la devolución del IVA? Por suerte esa medida está vigente, está firme y se ha reimplantado, pero ¿hay alguna otra medida que pueda ser atractiva para no perder ese 70 % de argentinos? Lo planteo porque la relación de cambio seguramente va a mermar el ingreso de los turistas provenientes de ese país. Ojalá que no; deseo con toda mi alma que no sea así. Pero se trata de prevenir, como decía el señor senador Camy. ¿Hay alguna otra medida de prevención que se pueda tomar? Incluso, si podemos ayudar, estamos dispuestos a hacerlo, porque en ese sentido a todos nos va la vida. Si es el sector que más ingresos genera en el país, deberíamos cuidarlo, no solamente con recursos, sino también con políticas que ayuden a que esa corriente turística no merme en esta temporada.

El Ministerio tiene un solo artículo en la rendición de cuentas. Tampoco sé, cuántos son los recursos o los créditos que se reasignan. Lo pregunto para tener una dimensión de lo que se está pidiendo, que no sé si es promoción, mayores beneficios o algún otro tipo de devolución.

El otro día vi en un canal de televisión, no recuerdo cuál, que en un restaurante de Colonia se recibía a los turistas con la consigna: «venga, coma y pague lo que pueda»; evidentemente, esto es algo que puede hacerse un día, porque no creo que un restaurante o una hostería sean viables si lo hacen siempre. De cualquier manera, me pareció una medida simpática.

Entonces, como no se me ocurre qué y no soy un experto, le pregunto a la señora ministra si ha pensado alguna otra medida con la que desde el Parlamento podamos ayudar. Naturalmente esta es una de las cosas que más nos preocupa, pero también nos preocupan otras cosas más como el litoral, los terceros mercados y el resto de la exportación, pero la mayor preocupación que tenemos es

lo que sucederá con la corriente turística de esta temporada, de mantenerse esta situación de cambio que parece que se está dando en la Argentina.

SEÑORA AVIAGA.- En primer lugar, quiero felicitarlos por el trabajo que están llevando adelante pero, sobre todo, por la ecuanimidad a la hora de ejercer y extender las políticas a todo el territorio. Este es un reconocimiento que especialmente quiero hacerles porque no es tan fácil que eso suceda, pero con la gestión llevada adelante por el ministerio, sí sucede. El modelo de gestión proactivo que llevan adelante, el avance en el uso de las nuevas tecnologías para promocionar el turismo en Uruguay y la forma inclusiva con que lo hacen realmente es para destacar. Si bien somos muy críticos en otros temas, en el caso del turismo y en el desarrollo y la impronta que le han brindado a cada localidad de nuestro país donde han logrado implementar proyectos, es notoria la diferencia. Y ya estoy soñando que Zapicán o Pirarajá puedan pertenecer al circuito de pueblos que se suman al turismo.

Muchas gracias.

SEÑORA EGUILUZ.- Les damos la bienvenida y le agradecemos a la señora ministra y a su equipo por la exposición realizada.

De la misma manera que lo hicieron los señores senadores que me precedieron en el uso de la palabra, además de agradecer el trabajo realizado, que siempre nos parece muy equitativo —en mi caso, que vengo del norte y se han implementado varias acciones por allá—, deseo manifestar la preocupación que existe por la situación que vive la Argentina y que, seguramente, nos va a impactar y que va a responder la ministra.

En cuanto al artículo en particular, nos gustaría saber cuál es la previsión que tienen en cuanto al monto, y si se trata de créditos que han sido ejecutados y se van a abatir o si se trata de créditos que todavía no han sido ejecutados y se piensan destinar en lo que tiene que ver con la redacción de los nuevos recursos.

Muchas gracias.

SEÑOR MICHELINI.- Notoriamente el trabajo que está llevando adelante el ministerio es excepcional, y no se puede evaluar temporada a temporada, sino tendencialmente. Por supuesto que los temas económicos pesan en cada familia, en la Argentina también, y eso va a traer sus consecuencias. Veremos a cuánto descuenta la inflación allá; veremos los aspectos cambiarios, incluso, si se van a tomar algunas medidas habría que esperar algunos días para ver en dónde hacen pie.

En la medida en que el turismo, notoriamente, en el Uruguay va a seguir avanzando y —más allá de lo que suceda este año—, en otros años vamos a tener nuevos records, porque lo que se ha hecho es excepcional, pero la pregunta que me hago es si se ha hablado con las diferentes universidades. Sin dudas, hay un personal a preparar que es gastronómico y hotelero, y en muchos casos no tenemos ese personal de campo. Pero las políticas turísticas también llevan una preparación superior y no sé si en el Uruguay le estamos dando la atención que el tema merece y si las universidades, principalmente la Universidad de la República, se está preocupando por este asunto.

SEÑORA MINISTRA.- Voy a dejar lo de Argentina para el final, porque lo plantearon varios señores senadores.

En primer lugar, agradezco lo de Malabrigo porque, efectivamente —aprovecho la pregunta del señor senador Camy para dejar una constancia en la versión taquigráfica— los funcionarios del ministerio que llevan adelante esta tarea se han comprometido de una manera excepcional, acompañando a los actores involucrados, asistiéndolos, dándoles información y estando permanentemente atentos a lo que sucede. No sé si el señor senador Camy estuvo presente, pero en la última chocolateada asistieron a Malabrigo 3000 personas, cuando el pueblo solo tiene 300 habitantes. Lo que significó esto para los artesanos y pequeños emprendedores es realmente importante. Por lo tanto, agradezco la intervención de los señores senadores, porque nos permite sentirnos orgullosos de un equipo de funcionarios que han tomado este programa del pueblo premio turístico con muchísimo cariño.

Con respecto a lo que preguntaba el señor senador Michelini, si tuviera que destacar a alguna institución por la formación en esta materia mencionaría a la UTU, mucho más que a la Universidad de la República. Creo que todavía a nivel terciario nos falta dar alguna respuesta en la

Udelar, aunque en las universidades privadas hay algunos cursos más específicos, pero todavía no es suficiente. Si bien la Udelar hizo un esfuerzo muy grande con la primera licenciatura, que también se descentralizó, pienso que todavía hay que hacer un esfuerzo más grande. Pero como decía, la UTU ha formado en estos últimos años casi los mejores profesionales que tenemos, incluso algunos de los directores de turismo de las intendencias se formaron, por ejemplo, en la UTU de Solymar Norte. Por eso, repito, la UTU ha hecho un avance extraordinario en esa materia y por eso me gusta destacarlo fuertemente. Incluso, como dijo el subsecretario, el bachillerato tecnológico en turismo está abierto en todo el territorio nacional, lo que me parece un avance grande. No quiero introducir los temas de la educación, pero si analizamos finamente, veremos que hay progresos realmente interesantes a nivel del país en esta área.

En cuanto a la situación de Argentina, como se imaginarán los señores senadores, nos tiene preocupados. Con Gustavo Santos, el exministro de turismo de ese país —recordemos que se eliminó ese ministerio y lo acaban de transformar en secretaría—, con quien tenemos una excelente relación, hemos hablado de estos temas y seguramente lo haremos personalmente dentro de poco porque va a estar los días 13 y 14 de este mes en el stand de Argentina en la Rural del Prado que se inaugura mañana. En la intervención de ayer del presidente Macri no se habló de un tema que nos generaba temor, que es el de que se grave la salida de argentinos a cualquier parte del mundo, como ya se ha hecho anteriormente. Aunque no lo desmiento, porque la situación en Argentina es muy imprevisible. No puedo asegurar que no aparezca esa medida en algún momento, pero hoy no la tenemos sobre la mesa. Sí tenemos una combinación letal, en primer lugar, para el pueblo argentino, de deuda, de déficit, de inflación y ahora una devaluación de más del 60 %, con el dólar al doble del que tenían hace un año. Es decir, aumentó el 100 % en un año. Se trata realmente de una combinación compleja, en primer lugar para el pueblo argentino y, sin ninguna duda, para el turismo.

Ahora bien, hay que mirar un poquito más la cancha grande. Es decir, Argentina tiene una devaluación del 42% y nosotros una inflación del 8% y devolución del IVA a todas las compras turísticas, *tax free*, quiere decir que le retornamos al turista el 22 % de las compras que pueda realizar. No creo entonces que tengamos que mirar esto solo por el lado del dólar —no porque no tenga importancia—, sino mirar una cancha un poco más ancha.

Efectivamente los niveles de competitividad vinculados al año pasado se complejizaron, pero creo que tenemos algunas herramientas para combatirlo. Pero no le quito importancia porque la situación es muy compleja, fundamentalmente en el estado de ánimo de los argentinos para poder decidir sus vacaciones. En estas horas, para tener algún dato más concreto y un poco más firme, estamos haciendo una pequeña encuesta en el Gran Buenos Aires, en Córdoba y en Mendoza, para saber qué decisión toman, si vacacionan o no en nuestro país. Esto es porque, como saben los señores senadores, para diseñar políticas públicas se precisa información de calidad y no solo nos basamos en lo que dice la prensa o algunos comentaristas.

Creo que sí tendremos un gran desafío porque, efectivamente, el turismo es la actividad económica más importante. Si uno mira al sector agroexportador en su conjunto, sin duda sigue siendo muy importante en el Uruguay, pero insisto en que individualmente, el turismo es sumamente importante.

Estamos tratando de adelantar la campaña promocional —aunque no en gastar más porque tenemos una buena planificación del gasto que nos permite hacer una llegada interesante— y empezarla antes, a diferencia de otros años.

El próximo sábado, en el marco de la reunión de la Cámara Uruguaya de Turismo que se hace cada dos meses en algún departamento del país —en este caso se hará en la ciudad de Piriápolis—, haremos una reunión con directores de turismo de varias intendencias y del sector privador, como los *bureau,* las ligas y las distintas asociaciones.

Los señores senadores decían que este es un tema que nos involucra a todos y lo califico de causa nacional. No se trata del problema de un sector, sino una causa que nos debe involucrar a todos; también a las intendencias y al sector privado, no para que no le reclamen al Poder Ejecutivo porque tenemos nuestra responsabilidad y hemos tratado de responder en la medida de lo posible, sin hacer locuras, obviamente, porque entre otras cosas, por suerte Uruguay —esta es una consideración política que debo hacer— no siguió el camino de Argentina, sino otro. Hoy tenemos las vulnerabilidades que puede tener un país chico, pero espalda y reservas; nuestros bonos en estas horas valen más, nuestro riesgo país en estas horas bajó. Es decir, no tenemos algunos de los problemas graves que hoy tiene Argentina y permítanme hablar de nuevo de Brasil, porque nos concentramos en Argentina, pero el real

a 4,14 por dólar, señores senadores, es un enorme problema para el Uruguay. Es la octava economía del mundo y todos sabemos el impacto que tiene Brasil. Nosotros hemos llegado a tener 530.000 turistas brasileños y no tenemos techo. Podríamos seguir creciendo en Brasil de una manera muy grande, aunque en la actualidad a los argentinos no los sustituye nadie.

¿Nosotros estamos trabajando? Sí, estamos trabajando. Hoy tenemos conectividad con Colombia, con Bogotá. Teníamos 2500 turistas colombianos por año y hoy tenemos cerca de 30.000. Si se me preguntan si crecimos, digo que sí, que crecimos, pero todavía se está lejos de sustituir a los argentinos. Es un proceso y nos llevará años diversificar el lugar de dónde vienen los turistas al Uruguay.

Creo que esto es una causa nacional y así lo hemos demostrado. El primero que pensó en los 3:000.000 de turistas en este país fue Villar —que era un caballero—, el primer ministro de turismo después de la dictadura. Cuando llegamos a esa cantidad de turistas, lo invitamos a acompañarnos en el Puerto de Montevideo —y así lo hizo—, porque verdaderamente creemos en las políticas de estado.

En definitiva, no puedo decirles mucho más, pero estamos trabajando. Obviamente, estamos en contacto con nuestro presidente y nuestro ministro de economía monitoreando en forma permanente la situación y esperemos no tener alguna otra sorpresa en estos días, porque da la impresión de que el paquete presentado ayer por el presidente Macri no ha frenado la devaluación ni parece que lo vaya a hacer. Su objetivo es recaudar y achicar el déficit, pero no frenar la devaluación. Por lo tanto, si sigue en esa espiral es preocupante, más allá de que nuestra inflación sea mucho menor y que tengamos herramientas para responder. En ese sentido, hay algunos sectores que reclaman una mayor devaluación del peso —es un tema que ha estado sobre la mesa y no lo quiero evadir—, pero nosotros tenemos la obligación de mirar todo el conjunto y puedo decir que la devaluación del peso uruguayo ha acompañado la devaluación de casi todos los países del mundo. No estamos mucho más abajo ni mucho más arriba; hemos acompañado el equilibrio, la sensatez, porque el camino del shock no es el nuestro.

Eso es todo lo que puedo decir, además de agradecer las palabras de las senadoras Aviaga y Eguiluz, porque esa es la forma que tenemos de trabajar. Como siempre he dicho, somos un país pequeño y cada cinco años nos peleamos —nos vamos a pelear mucho dentro de poco tiempo— pero en el interregno sigo creyendo que unos y otros tenemos que aportarle a este Uruguay.

SEÑOR OTHEGUY.- Antes que nada, quiero saludar a la delegación del ministerio.

Creo que Uruguay se ha preparado para que esta sea una industria en crecimiento y eso es lo fundamental. Después hay imponderables que nuestro país no tiene la posibilidad de administrar.

Dado que en más de una oportunidad hemos tenido estos imponderables con Argentina, estuve leyendo algunos informes y quiero mencionar algunos datos. Entre el 2005 y 2006, con puentes cortados, según un estudio de la Facultad de Ciencias Económicas, la caída fue del 11 %. Ese fue un momento complejo y no sé si es equiparable a este, porque las razones son distintas. En el 2002 la caída fue del 45 %, pero era una realidad también diferente a la actual.

Creo que el camino a seguir es el que el ministerio está recorriendo, pero quiero remarcar algo: los privados también tienen que hacer un gran esfuerzo. Esto hay que señalarlo y es bueno que también se diga desde el Parlamento nacional. El Estado está haciendo un gran esfuerzo —en definitiva todos nosotros—, pero creo que ante esta coyuntura los privados también tienen que hacer un esfuerzo muy importante y es bueno que esto se empiece a plantear.

SEÑORA MINISTRA.- Coincidiendo con lo que decía el senador Otheguy, puedo decir que en estas horas ya hemos tenido algunas reacciones interesantes del sector privado y esperemos que el sábado, en esa reunión específica en la que vamos a hablar de este tema, podamos concretar algo. La liga de hoteles de Punta del Este ya ha empezado a hacer algunas ofertas y está tratando de ver cómo regalamos un día o cómo hacemos más fácil la llegada, especialmente a esos argentinos que han perdido una capacidad de compra muy grande.

Respecto al artículo, podemos decir que en este momento el ministerio se encuentra abocado a descentralizar su gestión. Hemos definido regiones estratégicas, pero hasta ahora no teníamos presupuesto. En ese sentido, hemos acordado que nos permitan hacer una trasposición de créditos presupuestales de la unidad ejecutora 003 a la Dirección Nacional de Turismo. No tenemos una cifra;

todavía no se ejecutó porque es para el año 2019. No hemos ejecutado nada, pero se nos permitió hacer trasposición de rubro. Si desean los señores senadores podemos decirles qué es lo que estamos haciendo o lo que queremos hacer para que tengan una idea.

SEÑORA RODRÍGUEZ.- Simplemente, quiero decir que el motivo por el cual presentamos este artículo es para ser trasparentes. En realidad, cuando rindamos cuentas será sobre cuánto es el fondo que el ministerio destina a su regionalización. Es eso. No hay aumento del gasto porque se trata del mismo presupuesto, solo que lo reflejamos en la creación de este rubro.

SEÑORA MINISTRA.- Cuando pensamos en el presupuesto lo hicimos muy modestamente con una inversión económica de USD 200.000 por región. Ese es el sueño que tenemos. Vamos a ir trasponiendo rubros en la medida en que los vayamos necesitando y concretando, pero no va a ser más que esa cifra.

Reitero: si les parece a los señores senadores podemos decirles qué es lo que estamos haciendo a nivel promocional. Para enfrentar esta situación estamos tensando todo lo que tiene que ver con nuestra promoción, especialmente en Argentina. Por lo tanto, no tenemos problema en compartir lo que estamos pensando en estas horas.

SEÑOR MICHELINI.- Sería bueno que la comisión específica los convocara, pero sería mejor que dejara pasar unos días, incluso la reunión del sábado, para tener la globalidad de la situación. No me gustaría que al ser convocados por la rendición de cuentas —incluso, fueron convocados antes de lo ocurrido— frente a la situación de Argentina, nos respondan y quedemos a medias con las herramientas, ya que quizás dentro de diez días pueden dar a conocerlas con mayor amplitud.

SEÑORA MINISTRA.- Pero solo la Cámara de Representantes tiene una comisión específica de turismo.

SEÑOR MICHELINI.- Hay una Comisión de Industria, Energía, Comercio, Turismo y Servicios en el Senado.

SEÑORA MINISTRA.- Pero nunca fuimos convocados.

Estamos a las órdenes y cuando el panorama esté un poco más despejado concurriremos a informar en qué estamos.

De cualquier manera, hay cosas que ya tenemos claras y si desean las podemos compartir; no tenemos problema.

SEÑORA EGUILUZ.- La pregunta que había formulado sobre créditos me quedó clara. Estamos hablando de USD 200.000 por región aproximadamente y si son las líneas por región me doy por suficientemente contestada, más allá de que en otra oportunidad podamos intercambiar información.

Entiendo que hemos avanzado bastante, tenemos los lineamientos generales y comparto con el señor senador Michelini en que en estos días la situación está muy fluctuante.

SEÑORA MINISTRA.- Sí es muy volátil.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias a la señora ministra y a todo su equipo.

Quiero decirles que su delegación y la de la UTEC recogieron unanimidades. ¡Felicitaciones!

(Se retiran de sala los representantes del Ministerio de Turismo).

Presentación del Ministerio de Turismo (1)

Presentación del Ministerio de Turismo (2)

(Ingresan a sala los representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores).

—La Comisión de Presupuesto integrada con Hacienda da la bienvenida a la delegación del Ministerio de Relaciones Exteriores. En esta oportunidad nos acompañan el señor subsecretario, Ariel Bergamino; el director general de Secretaría, embajador Carlos Amorín; el director general de Asuntos Técnico-Administrativos, embajador Hugo Caussade; la directora de Financiero-Contable, contadora Liliana Zuppardi; el director de Relaciones Institucionales, consejero Juan Pablo Wallace; la subdirectora de Asuntos Jurídicos, Amelia Bastos, y la subdirectora de Asuntos Institucionales, licenciada Carina Vigilante.

SEÑOR SUBSECRETARIO.- Buenas tardes y muchas gracias por recibirnos.

Ante todo, corresponde trasmitir las excusas del señor ministro, Rodolfo Nin Novoa, quien por compromisos asumidos con anterioridad no puede acompañarnos.

No es lo mismo la política exterior que el servicio exterior. La política son los lineamientos y el servicio, la estructura con la cual se instrumentan esos lineamientos. No obstante ello, siendo la discusión presupuestal y este ámbito instancias sustancialmente políticas, estimo pertinente hacer algunas breves consideraciones respecto al accionar de la cancillería, acotándolo a la actualidad —al período 2017-2018— y a ocho líneas de trabajo principales.

Lo primero tiene que ver con los asuntos bilaterales y nuestra relación empieza con nuestros vecinos más próximos: Argentina y Brasil. En ambos casos, las relaciones están en buen nivel, han mejorado sustancialmente con Argentina, y se mantienen en un muy buen nivel con Brasil. Expresión de esto es la reactivación de comisiones de frontera con ambos países, en distintas instancias, la labor de las comisiones que tienen que ver con el Río Uruguay y el Río de la Plata. Las relaciones bilaterales continúan también con los países de la región. En ese sentido, a modo de inventario, podemos enumerar las múltiples reuniones, contactos, consultas políticas, comisiones mixtas de distintos ámbitos, con Perú, Ecuador, Bolivia, Panamá, Cuba y, próximamente —están en la agenda—, Chile, Colombia, Costa Rica y México. Naturalmente, las relaciones políticas bilaterales también abarcan países extrarregión y en ese sentido, también a modo de inventario, podemos hablar de consultas políticas y comisiones mixtas con China, Rusia, Suecia, Polonia, República Checa, Emiratos Árabes y, la posibilidad de establecer también este tipo de instancias con Angola, Irán y otros países.

En lo que tiene que ver con asuntos políticos multilaterales, que es el segundo punto, mañana, en esta misma Casa, el Ministerio de Relaciones Exteriores presentará lo que hemos dado en llamar el «libro blanco» sobre la actuación de Uruguay en el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas durante el período 2016-2017. Creemos que el desempeño de Uruguay en esa instancia, durante ese bienio, ha sido realmente bueno, positivo y conviene ponerlo en valor y difundirlo. Al mismo tiempo, si tenemos en cuenta lo que va a ser la agenda uruguaya en el próximo período de sesiones de la Asamblea Nacional de Naciones Unidas, también podemos tener una idea del desempeño. Uruguay no solamente participará en el debate general de la asamblea, que comenzará el día 22 de setiembre, sino que también participará, en la persona de su presidente, en reuniones de alto nivel de Naciones Unidas sobre enfermedades no trasmisibles y operaciones de mantenimiento de la paz. No es casual ni fortuita la participación de Uruguay en estas dos instancias, no cualquiera participa en reuniones de alto nivel de ONU sobre esta o cualquier temática. Lo mismo puede decirse de la participación de nuestro país en todo lo que tiene que ver con el acuerdo de París respecto al cambio climático. Los acuerdos se firman para ser instrumentados, entonces, la participación de Uruguay no solamente se refiere a la suscripción o instrumentación del acuerdo, sino también a las tareas de cumplimiento. También podemos hablar sobre la Convención de Ramsar sobre los humedales, que Uruguay preside; de la Celac y de Unasur, que son organismos de integración regional que, si bien no estamos viviendo el mejor momento en este sentido, son instrumentos en los que Uruguay realmente cree y actúa en consecuencia. En todo caso, debemos proponer una mejor integración.

En cuanto a asuntos comerciales, a modo de inventario, en junio de este año Uruguay se sometió al quinto examen de política comercial en la OMC. Estos exámenes no se aprueban ni reprueban, y refieren a la transparencia y solidez de las políticas económicas de un país. En este quinto examen —en el que, reitero, Uruguay no fue ni aprobado ni reprobado— recibió, sí, reconocimientos en el sentido positivo respecto de su política económica y por la transparencia y estabilidad de la misma. Se han consolidado algunos mercados y se han abierto otros para nuestro país. Por ejemplo, el de la carne, en Japón y el de vinos, en Suecia.

También vamos a referirnos, como testimonio del accionar de la cancillería, a los temas vinculados con los asuntos comerciales.

Con respecto a los últimos meses, podemos mencionar algo que ustedes bien conocen: la ratificación del tratado comercial con Chile. Sin duda alguna, ese asunto tuvo un trámite dilatado en esta casa, pero finalmente se resolvió en forma positiva.

El Mercosur es otra de las grandes líneas de acción de la cancillería. ¿Qué decir sobre él? Tiene el mérito de existir. Existe con sus claroscuros, con sus limitaciones, con sus dificultades. Creemos que es el sistema de integración sudamericano que mejor funciona.

Dentro de la agenda externa del Mercosur, la cancillería uruguaya impulsa negociaciones con la Unión Europea, con el EFTA —European Free Trade Association—, que es el sistema que integran Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein. También lo hace con Canadá, Singapur, Corea del Sur, Colombia, China, Rusia y la Comunidad Económica Euroasiática. Ya hemos informado sobre todos estos temas en las comisiones de Asuntos Internacionales de la Cámara de Representantes y de la Cámara de Senadores.

En cuanto a los asuntos consulares, durante el ejercicio 2017 la cancillería registró doscientas mil actuaciones consulares, lo que es bastante. Esas actuaciones se ubican en dos grandes planos: por un lado, la asistencia a nuestros compatriotas en el exterior y, por otro lado, la asistencia a migrantes. En estos momentos Uruguay es un país de destino de flujos migratorios provenientes mayoritariamente de República Dominicana, Venezuela y Cuba. *Grosso modo,* podemos decir que en el último año o año y medio hemos recibido unas cinco mil personas de cada una de estas nacionalidades.

Uruguay propugna, naturalmente, una migración ordenada y segura. Creemos que en ese aspecto la Dirección General para Asuntos Consulares y Vinculación de nuestra cancillería trabaja con mucha sistematicidad y eficiencia.

A su vez, en materia de asuntos consulares podemos mencionar la apertura de nuevos consulados de la república en Cantón, China; en Ereván; en Estambul, y próximamente en Paraná, República Argentina.

Quisiéramos referirnos ahora a asuntos de cooperación, que representa la sexta línea del accionar de la cancillería. Debemos decir que Uruguay es país receptor y oferente en materia de cooperación. Como receptor, China es nuestro principal socio en materia de cooperación. Como oferente, tenemos en curso unas 259 iniciativas de cooperación tradicional. A su vez, 57 son de cooperación sur-sur, 28 de las cuales se registran en América del Sur, 2 en Centroamérica y el Caribe, y 12 son de cooperación triangular, que involucran a Uruguay con otros países tales como España, Paraguay, Mozambique y Angola.

¿Cuál es la directriz? ¿Cuál es la plataforma de estas acciones de cooperación? El cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible aprobados en 2015 en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, de Naciones Unidas.

¿Y cuáles son las principales áreas? La agropecuaria —38 % de las acciones de cooperación en curso—, el medio ambiente —alrededor del 20 % de las iniciativas que impulsamos—, la educación —el 11 %—, la energía —el 8 %— y la gobernabilidad —el 8%.

Quisiera referirme a algo que ustedes ya conocen, pero que es bueno registrar en esta instancia, consecuencia de los criterios y metodologías de la OCDE para clasificar los países según su ingreso *per cápita.* Desde 2013 Uruguay es considerado un país de renta alta, y desde 2018 ha dejado de calificar para beneficiarse de la Ayuda Oficial al Desarrollo. Es una situación paradójica porque parecería que se castiga a quien hace bien las cosas, y así lo estamos planteando en todos los ámbitos a los que tenemos acceso. Uruguay, sin duda alguna, ha registrado un crecimiento económico que lo convierte en un país que tiene capacidad de ofrecer cooperación, pero de todos modos aún necesita cooperación. Con esta dualidad debemos trabajar.

Durante el año pasado nuestra Dirección General para Asuntos Consulares y Vinculación patrocinó y financió 84 actividades en el exterior para la promoción de nuestra cultura, entre las que se destacan: giras internacionales del ballet nacional, de la Escuela Nacional de Danza y de la sinfónica juvenil, la participación en la 15ª exposición de arte de Venecia, más una multiplicidad de pequeñas actividades en las que priorizamos a artistas jóvenes —y no necesariamente montevideanos—, como forma de dar testimonio de la cultura uruguaya en distintas partes del mundo.

La octava y última línea de este sucinto inventario refiere a asuntos administrativos. Desde hace algunos meses, la Cancillería se encuentra abocada a la elaboración de un nuevo sitio web en el marco del proyecto Portal del Estado Uruguayo que lidera Agesic. Esto —un nuevo portal, un nuevo sitio web—, que puede parecer un poco trivial, en realidad no lo es tanto si se tiene en cuenta que la Cancillería es una casa matriz con muchas sucursales. Los señores senadores podrán decir que también el Ministerio del Interior o el Ministerio de Salud Pública tienen sucursales, pero lo que ocurre es que las nuestras hablan otros idiomas y eso debemos contemplarlo a la hora de diseñar nuestro sitio web. Estamos en la tarea de migrar lo que hoy tenemos y hacerlo más accesible no solamente para el compatriota que está en el exterior, sino también para el extranjero que quiere acercarse al Uruguay.

Tenemos nuevas sedes propias en Buenos Aires y en Nueva York. En realidad, la venta de la antigua sede de la embajada de Uruguay en Buenos Aires posibilitó no solamente comprar una nueva, sino que con las reservas originadas se adquirió una en Nueva York. Eso también implica un ahorro importante en materia de arrendamientos. Asimismo, hemos realizado un reacondicionamiento importante en la sede propia de la embajada uruguaya en París, Francia.

En otro orden de cosas, hemos elaborado un proyecto de ley de estatuto del funcionario del servicio exterior que está a estudio de esta cámara. Basta tener en cuenta que el que está actualmente vigente data de 1973 para constatar que es necesario no solamente actualizarlo sino también democratizarlo. Esta iniciativa remitida hace dos o tres meses al Poder Legislativo es un intento de actualizar y democratizar el estatuto del funcionario del servicio exterior, dotándolo no solamente de mayores garantías, sino también de más oportunidades y responsabilidades.

El Ministerio de Relaciones Exteriores, inciso 06 en términos presupuestales, representa aproximadamente el 1,5 % del presupuesto del Estado y alrededor del 0,2 % del producto bruto interno del país. Creo que es importante registrar estas cifras a los efectos de dimensionar de lo que estamos hablando. En el ejercicio 2017 el ministerio ejecutó unos $ 3.240:000.000, monto que incluye algunos gastos transversales que se ejecutan a través de la Cancillería, tales como contribuciones a organizaciones internacionales, costos de dragados del río Uruguay y del Río de la Plata, otros relacionados con juicios y controversias internacionales, etcétera. Estos $ 3.240:000.000 ejecutados representan algo así como el 95 % de lo asignado, que es alrededor de $ 3.400:000.000. En el porcentaje de lo no ejecutado debe incluirse lo que no tenemos: no tenemos subsidios a cargos políticos, aunque sí disponemos de ahorros derivados del proceso de transformación de vacantes.

¿Cuál fue la composición del gasto durante el año 2017? Las remuneraciones en el país representaron el 20 % del gasto del ministerio y en el exterior, el 44 %. El funcionamiento en el país representó el 6 % y en el exterior, el 28 %, y hay un 2 % de inversiones varias.

Para analizar el gasto en el exterior y los gastos transversales —que mencionábamos hace un instante— ha de tenerse en cuenta el efecto de la evolución de los tipos de cambio. Como resultado de ello, entre los años 2009 y 2017, el gasto total del inciso representó una reducción del 9 % en términos reales, expresado en moneda nacional. Pero más allá de ese comportamiento del gasto total, se evidencian dos tendencias diferentes durante este período de ocho años. Los gastos en el exterior —que son aproximadamente el 72 % de los gastos del ministerio— se redujeron en términos reales en un 16 % y los gastos en el país se incrementaron en términos reales en un 19 % en ese mismo período.

Las remuneraciones representan el 64 % del total del gasto del ministerio y corresponden a la siguiente composición de la plantilla de funcionarios: 351 diplomáticos; 51 profesionales; 140 administrativos, técnicos y especializados; 22 en oficios y servicios; y 64 contratados, provisorios y adscriptos; en total son 628 funcionarios. ¿Es este número suficiente para este ministerio? Consideramos que sí, es un número adecuado que permite al ministerio cumplir sus tareas a cabalidad.

Sobre los funcionarios diplomáticos, escalafón M, podemos decir que el 62 %, o sea 217, están en el exterior y el 38 %, o sea 134, están en el país. En este escalafón contamos con 27 embajadores, 40 ministros, 53 ministros consejeros, 58 consejeros, 62 primeros secretarios, 53 segundos secretarios y 58 terceros secretarios. Me adelanto a decir que falta desglosar —seguramente lo podremos hacer en los próximos días— estos números por edad, sexo y formación profesional de los diplomáticos. Es un debe que hoy queda pendiente. Los embajadores políticos son 8: los de Naciones Unidas, Estados Unidos, México, Cuba, Argentina, Francia, Estado Vaticano y Vietnam. Dos de ellos, los de Naciones Unidas y Estados Unidos, son funcionarios de carrera del ministerio, que han sido

reconvertidos en designaciones de confianza política. A estos 8 embajadores políticos deben sumarse los cónsules generales, en Buenos Aires y Paraná, este último aún en proceso de designación.

¿Dónde están estos funcionarios diplomáticos en el Exterior? Están en 50 embajadas, en 42 consulados generales, en 133 consulados de distrito y 5 representaciones ante organismos internacionales: ONU, Nueva York y Ginebra, OEA, OMC y Unesco. Otro dato que a veces despierta cierta curiosidad —cierta morbosa curiosidad— son las misiones oficiales. En el período 2014-2017 —en tres años— se redujeron las misiones oficiales un 58 % y el gasto por concepto de las mismas, un 67 %. El año pasado se registraron 151 misiones oficiales por un monto de USD 430.000 y en lo que llevamos de 2018, son USD 287.000 por ese concepto.

Con respecto a los compromisos de gestión, de los 79 objetivos del inciso y de la unidad ejecutora —este inciso tiene solo una unidad ejecutora— fijados para 2017 se cumplieron 68, se cumplieron parcialmente 8 y no se cumplieron 3.

Para tener una idea del incumplimiento —por decirlo de alguna manera—, dentro de los cumplidos parcialmente están: el apoyo al desarrollo de ciencia y tecnología, la modernización y simplificación de algunos trámites consulares, la descentralización de algunos servicios y la concreción de consulados móviles, que tenemos en diversos países.

Dentro de los no cumplidos está: la mejora de los trámites para la inserción de los refugiados y reasentados en el país, la capacidad de otorgar cédula de identidad en los consulados y el logro del Sello de Calidad con Equidad en materia de género para el ministerio, en Montevideo.

No son objetivos de escasa importancia, pero tampoco son aquellos medulares, que hacen a la gestión del ministerio.

Ahora bien, el proyecto de ley de Rendición de Cuentas y Balance de Ejecución Presupuestal remitido por el Poder Ejecutivo contenía 10 artículos referidos al inciso 06, Ministerio de Relaciones Exteriores.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si me permite, señor subsecretario, antes de ingresar en el articulado le cederemos la palabra a los senadores que quieren hacer consultas.

SEÑORA PAYSSÉ.- Saludo a la delegación del Ministerio de Relaciones Exteriores.

Quisiera saber si es posible que dentro de los 8 ejes mencionados por el señor subsecretario no figure uno vinculado a los derechos humanos. Hacia ese punto dirigiré mis inquietudes y mis preguntas. En primer lugar, porque integré la Comisión de Derechos Humanos de la Cámara de Representantes durante 10 años y peleé para que hubiera una en el Senado, pero sin suerte. Pero los temas de derechos humanos pasan por todo el Parlamento y no solamente por donde hay una comisión especializada en el tema.

Quisiera hacer algunas preguntas vinculadas a la Dirección de Derechos Humanos y Derecho Humanitario en lo que tiene que ver con nuestro relacionamiento con los organismos internacionales a los que pertenecemos. En otras épocas, la conexión no fue tan sistemática, pero esa situación empezó a cambiar a partir de los años 2005-2006. Me refiero al EPU y a los distintos comités como el CEDAW, el CERD, el Comité de los Derechos del Niño, etcétera, con los que logramos revertir una relación que había sido intermitente y no solo actualizamos nuestros informes, sino que también trajimos deberes, que procuramos llevar adelante.

Tuve oportunidad de integrar la delegación del parlamento en el EPU y el Comité de los Derechos del Niño. Nos pareció muy importante que el parlamento formara parte de esa delegación que también integra el Poder Ejecutivo y en la que está representada, incluso, la sociedad civil.

Concretamente, me interesa saber si estamos en una línea de informes a medio camino; cuáles serían las fechas próximas de los comités. Puede que sea una omisión de mi parte no tener la información actualizada, pero ya que estamos en un ámbito en el que se está rindiendo cuentas sobre los ejes fundamentales de la acción del ministerio, me parece sensato que se nos haga algún comentario en relación con estos ámbitos, en los que, no solo participé en las delegaciones, sino también en grupos de trabajo que se instalaron en el Ministerio de Relaciones Exteriores, donde

preparamos los informes e hicimos el seguimiento de las recomendaciones. A mi juicio, sería una buena práctica que el Parlamento siguiera involucrado.

Una última pregunta vinculada también al tema de derechos humanos es si hay alguna información actualizada de la CORE en relación a los cometidos que tiene a partir de la promulgación de la ley del estatuto del refugiado —como a mí me gusta seguir llamándola—, en la que tiene un papel institucional importante. Por lo tanto, sería bueno que tuviéramos al menos algunos datos y si no los tienen ahora, les solicitaría que los envíen oportunamente.

Gracias.

SEÑOR HEBER.- Damos la bienvenida a la delegación; es un gusto recibirlos en este ámbito.

La presentación, en términos generales, fue una pantallazo correcto. Siempre hemos insistido en la necesidad de que el Ministerio de Relaciones Exteriores tenga más recursos para que los cargos que realizan el diseño de las políticas de la Cartera sean remunerados como un embajador o como aquellos que participan en misiones oficiales permanentes. El aprendizaje, el conocimiento que tiene ese embajador no puede ser penalizado con remuneraciones muy menores a las que tiene en caso de que vaya a un destino al exterior. Lo hemos planteado muchísimas veces. Simplemente lo quiero dejar a modo de constancia. A mi juicio, el ministerio tendría que identificar cuáles son las posiciones en las que el Uruguay debe mantener la experticia, la experiencia, el conocimiento de embajadores que a veces son retenidos, dos, tres o cuatro años; finalmente es lógico que pidan un destino en el exterior.

Insisto nuevamente en algo que no sé si está en el articulado porque no he tenido tiempo de leerlo en su totalidad, aunque seguramente lo vamos a analizar con el ministerio. El cambio que se introdujo y que creo se trató de corregir en la rendición de cuentas pasada, en cuanto a la posibilidad de que el personal en el exterior pudiera traerse un automóvil, es algo lógico, compensa mucho de lo que gasta fuera del país, y además es un beneficio que otorgan casi todas las cancillerías del mundo.

Por otra parte, me llamó la atención —me gustaría que el señor subsecretario hiciera algún comentario— la polémica pública que se estableció con una periodista que había solicitado informes del ministerio en cuanto a viáticos, viajes y gastos en el exterior que son, básicamente, muchos de los temas que hablamos acá; seguramente algunos de esos gastos están en el planillado que se ha remitido al Parlamento. Me llamó la atención que el ministerio se haya negado a dar esta información a la periodista quien, naturalmente, recurrió a la Justicia la que finalmente le negó la posibilidad de hacerse de esa información, argumentando que era de carácter reservada. Me gustaría escuchar algún comentario del señor subsecretario en este sentido. ¿Por qué el ministerio entiende que es de carácter reservada la información de cuánto se gasta en viajes? Seguramente esto puede generar polémica pública e incomprensión muchas veces en relación a lo que se gasta en determinadas misiones, pero cuando se justifica, estoy dispuesto a asumir mi cuota parte de responsabilidad en sostener o defender el gasto que la cancillería hace en el exterior porque, ya sea de carácter político, económico o comercial, vamos a tener un beneficio en esa inversión. De manera que confieso que no comprendí la actitud del ministerio, porque me parece que son gastos que deberían estar en las planillas, en las páginas web. Negarle información a la periodista genera suspicacias en cuanto a que se está gastando mal. Entonces, me parece que es más importante clarificar que el gasto es una inversión en muchos casos. Seguramente, hay mucho para corregir. Nosotros hemos insistido una y otra vez en la necesidad de saber cuál es la dotación ideal a juicio del ministerio, para saber si cuando abrimos una embajada se está siguiendo un plan estratégico, ojalá que fuera del Estado, en cuanto a su proyección en el exterior. Estoy pensando en la dotación de personal tanto de carácter diplomático como administrativo. Pero me gustaría escuchar una explicación sobre el porqué de este secretismo, que realmente me parece que nos perjudica a todos, porque se genera la sensación de que estamos encubriendo que no se está gastando bien, cuando, a mi juicio, por lo que he visto y he estudiado, no hay gastos —aunque es un porcentaje menor— que puedan ser cuestionables a simple vista. Naturalmente, después del estudio pormenorizado, podremos identificar mejor para poder opinar con propiedad cuando el proyecto de ley de rendición de cuentas llegue al Plenario del Senado.

De manera que quisiera escuchar algún comentario en ese sentido, señor presidente.

SEÑOR SUBSECRETARIO.- Voy a comenzar dando respuesta a lo planteado por la señora senadora Payssé y luego a las preguntas del señor senador Heber.

Los derechos humanos son la ética de la democracia; es así de simple. Por tal razón, los derechos humanos pautan la política exterior del país. Es una seña de identidad de la política exterior, reitero, del país. Y es una muy buena seña de identidad. En consecuencia, en este aspecto la Cancillería, con su dirección de derechos humanos, que depende de la dirección de asuntos políticos, desarrolla una vasta gestión en distintas dimensiones e incluso con las coordinaciones interinstitucionales del caso.

Como los señores saben, Uruguay presidió hace muchos años el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas y es candidato a integrarlo nuevamente en el período 2019-2021, hecho que se dilucidará en octubre próximo, cuando se vote la nueva integración del consejo.

La política está presente en todos los aspectos de la labor de la Cancillería, en el exterior y también acá, por cuanto, por lo que decíamos hace un rato, tenemos importantes flujos migratorios, cuyos derechos también hay que defender y reivindicar.

La CORE —tan importante, sin duda— es un organismo de relativamente reciente creación, y trabaja con una integración interinstitucional que, dicho sea de paso, porque se supone que hay un representante del Poder Legislativo, nos gustaría contar con su presencia sistemática en ese ámbito. Muchas veces a la CORE se le pide multiplicidad de información —tal vez ingrese en algo que planteaba el señor senador Heber— que por sus propias características y por lo que establece la ley para los refugiados debe ser de carácter global, en virtud de que no se puede dar información personalizada de ningún individuo acogido a ese sistema.

Con respecto a lo que decía el señor senador Heber, tiene razón. Un periodista y ensayista estadounidense de fines del Siglo XIX, llamado Ambrose Bierce, solía decir que la diplomacia era el arte de mentir y pasarla bien en nombre de un país. Personalmente, si bien no coincido con esa definición, tampoco creo que la diplomacia sea un trabajo y, sinceramente, tengo la duda de que sea una carrera en el sentido convencional de la expresión. La diplomacia es un testimonio que de alguna manera se vive con convicción y pasión, y lo dice alguien que no pertenece a la Casa, porque no soy un funcionario profesional de la cancillería, aunque vivo allí desde hace siete años.

Sin embargo percibo —en eso estoy de acuerdo con el señor senador Heber— que formar a un funcionario diplomático para que llegue a embajador implica una gran inversión del Estado uruguayo y de la Cancillería y, sin lugar a dudas, un gran esfuerzo personal. Es decir, formar a un embajador lleva mucho tiempo y esfuerzo y a veces nos preguntamos por qué prescindir de esa experiencia cuando todavía se encuentra en condiciones. No obstante ello, esta pregunta tiene otro lugar de abordaje, porque si eternizamos a todos, qué va a pasar con los nuevos. Nadie tiene la culpa de haber nacido e ingresado después a la cancillería. Creo que esta tensión debe resolverse y que el estatuto y otra serie de medidas que impulsa la Cancillería apuntan a eso, a resolver la tensión que existe entre el ingreso, la permanencia y el retiro de los funcionarios diplomáticos especialmente de aquellos que llegaron a los máximos grados del escalafón.

Es verdad, también, que en los últimos meses hemos recibido un bombardeo de solicitudes de información por parte de periodistas, de estudiantes de Grado que están realizando sus tesis y de ciudadanos que en el ejercicio de sus derechos solicitan información sobre distintos aspectos del quehacer de la Cancillería. Mucha de esa información está disponible en el sitio web de Cancillería que a veces podrá ser más o menos accesible, pero que si se busca, se encuentra. Hay otra información que por el nivel de desglose y especificidad presenta algunos problemas. Por ejemplo, recuerdo el pedido de una periodista que solicitaba que se desglosara por rubros la inversión que hacía la cancillería en las embajadas que tiene en África y Asia. Si bien estaba en el pleno derecho de formalizar ese petitorio, hay que tener en cuenta que brindar esta información toca ciertos aspectos sensibles. Por ejemplo, si yo digo que en la embajada del país A se gasta tanto en seguridad por sus condiciones, sin duda, se está enviando un mensaje. Del mismo modo, si digo que estoy gastando determinada suma en el abastecimiento del personal diplomático que tengo en otra embajada, también estoy dando un mensaje, y esos mensajes se leen internacionalmente. Entonces, si me entero que Uruguay en mi país gasta determinado monto en seguridad porque considera que hay situaciones que así lo ameritan, eso tiene una lectura en términos diplomáticos y políticos. Esa es la razón que nos ha llevado a establecer que hay ciertas áreas reservadas; no se trata de secretismo ni de adoptar una actitud de ocultar algo, pero sí queremos preservar el relacionamiento diplomático.

Pido al señor presidente que dé la palabra al embajador Amorín para referirse a este tema.

SEÑOR AMORÍN.- Simplemente quiero hacer un comentario adicional. La mayoría de los datos que se mencionaron aquí fueron dados ante los pedidos de acceso público a la información. Me refiero a gastos generales, sueldos y viáticos. Una parte es pública, pero además la Cancillería también elaboró datos para entregar. Sin embargo, había algún límite de sintonía fina que podía ser interpretado de cierta manera en cuanto a las prioridades que ponía el Estado uruguayo en sus relaciones con los países A, B o C, y eso fue lo que no se dio a conocer. Además, eso requería una elaboración muy detallada e, incluso, la propia ley de acceso a la información indica que hay ciertos límites y que el Estado no puede ser obligado a elaborar un informe con datos que no surgen de la información general, porque requieren estudios que, en el día a día, serían difíciles de hacer por la propia capacidad de tiempo con que cuentan los funcionarios del ministerio. Grosso modo la información global y detallada de gastos se dio a conocer, aunque quedaron algunos temas de sintonía fina porque, como decía el señor subsecretario, hay parámetros que identifican qué gasta Uruguay en A, B, o C, que podrían trascender e identificarse prioridades a nivel de nuestras relaciones exteriores que era mejor que no salieran a luz. De todos modos, en términos de gastos, era muy menor la cantidad de información que no se dio a conocer, respecto a la que sí se otorgó.

Por otro lado, hay un límite en cuanto al pedido de los ciudadanos y a la obligación del Estado de elaborar datos o hacer estudios que, normalmente, no está en capacidad de hacer.

SEÑOR PRESIDENTE.- Las preguntas y las respuestas ya fueron hechas, así que corresponde pasar a considerar el articulado.

SEÑOR SUBSECRETARIO.- El proyecto de ley de rendición de cuentas que remitió el Poder Ejecutivo contenía 10 artículos referidos al Inciso 06, concretamente los que iban del 107 al 116 del proyecto original. Todos ellos eran gasto 0, y aquellos vinculados a recursos humanos, como transformación de cargos, edad máxima de retiro, compensaciones especiales por destinos especiales o difíciles, están en sintonía con el proyecto de ley del estatuto del funcionario del servicio exterior que actualmente se encuentra a estudio de la Comisión de Asuntos Internacionales del Senado. Quiero decir que incluimos estas disposiciones en la ley presupuestal porque, sin perjuicio del trámite del proyecto de ley de estatuto del funcionario, necesitamos a la mayor brevedad estas disposiciones.

El proyecto de ley aprobado por la Cámara de Representantes, y ahora a consideración de esta comisión, suprimió tres artículos: 108, 110 y 116. Otros dos artículos, 111 y 112, los remitió a la Comisión de Asuntos Internacionales.

Nosotros estimamos pertinente plantear aquí algunas aclaraciones y consideraciones para que esta comisión pueda evaluar la posibilidad de reincorporar los artículos que fueron suprimidos o remitidos a la Comisión de Asuntos Internacionales para su análisis.

Por lo tanto, si el presidente lo autoriza, el embajador Amorín formulará dichas aclaraciones, especialmente las que refieren a los artículos 108 y 110 del proyecto de ley original. Por supuesto que todos los aquí presentes quedamos a disposición para responder las consultas del caso.

SEÑOR AMORÍN.- Me referiré, precisamente, a los artículos que fueron suprimidos.

En el artículo 108 originario, la idea era simplemente ampliar el número de posibilidades de dedicación total que tenían los funcionarios, fuera del servicio exterior. En dicho servicio, de acuerdo al artículo 119 de la Ley n.º 13640, todos los funcionarios tienen dedicación total y hasta el momento, por aplicación de estas disposiciones, 30 funcionarios del escalafón administrativo tenían también esa posibilidad. La idea aquí era ampliar ese número a 60 e incluir otros escalafones, como el profesional y otros técnicos, que tuvieran también la posibilidad de optar por una dedicación total.

En su oportunidad aclaramos que esto tiene gasto cero —también dimos las explicaciones por escrito— precisamente porque en la ley de presupuesto, al comienzo de esta administración, fueron aprobados $ 10:000.000 para ser volcados a reestructuras administrativas. En este caso se estarían aplicando $ 3:100.000 de esos $ 10:000.000.

En este caso adelantamos la intención de introducir alguna modificación al mismo artículo, para evitar alguna duda sobre la posibilidad de que aquellos funcionarios que opten por la dedicación total no pierdan esta dedicación en caso de ejercer la actividad docente paga. Es decir, para evitar dudas y que esos funcionarios puedan ser perjudicados, la idea del ministerio es incluir una disposición que clarifique esa situación y que abarque tanto al personal diplomático como el de otros escalafones.

El artículo 110, mencionado por el señor subsecretario —que tiene relación con alguna mención realizada por el señor senador Heber—, refiere a la derogación del artículo 141 de la Ley n.º 17930 de diciembre de 2005. Este artículo establece un límite de 15 años para el ejercicio del cargo de embajador en el exterior. Después de examinarlo con detenimiento, advertimos que tiene algunas dificultades. La idea de pedir la derogación es, precisamente, para evitar esas dificultades y ambigüedades. Desde que fue aprobada, esta norma ha sido de muy escasa aplicación y genera problemas prácticos, precisamente, porque perjudica la utilización racional de recursos humanos. Además, no se aplica a todos los jefes de misión, sino a aquellos funcionarios que entraron con anterioridad a diciembre de 1985, lo que crea un doble régimen, que no es adecuado.

La idea de introducir este artículo obedece a la intención de salvar cualquier duda. Entendíamos que la derogación de esta disposición podía surgir del propio proyecto de estatuto, pero, como no estaba claro, nos pareció que era mejor decir, en blanco y negro, que se deroga.

Además, en la práctica, tal como está redactado, fue utilizado una sola vez con un funcionario. A lo largo de los años, en realidad, siempre se ha recurrido a la aplicación de la excepción que está prevista en el mismo artículo, de forma de que un embajador que llegue a los quince años de ejercicio como embajador en el exterior pueda seguir actuando. No quiero mencionar a nadie, pero hay embajadores muy prestigiosos y de gran trayectoria que tuvieron que aplicar esa excepción para evitar caer en esta ley.

A su vez, esta ley tiene un segundo problema, que ya ha empezado a generar dificultades. Hubo dos embajadores a los que en algún momento se les otorgó la excepción de la ley y, como esa excepción está permitida por única vez, cuando se entendió conveniente darles otro cargo de embajador en el exterior, no se pudo volver a hacer. En un caso hubo que recurrir a nombrarlo embajador político y en el otro fue designado en el exterior con un cargo de menor jerarquía. O sea que es un tema práctico, de escasa aplicación y que va en contra del uso racional de los recursos humanos. Esto surge de la experiencia profesional de los funcionarios del servicio exterior.

SEÑOR PRESIDENTE.- Los artículos 110 a 114 que tenemos a estudio son reestructuras administrativas que tienen costo cero y la delegación nos está solicitando que incorporemos los artículos 108, 110 y 116 del texto original que oportunamente remitió el Poder Ejecutivo y que ya fundamentaron.

SEÑORA EGUILUZ.- Antes que nada, quiero darles la bienvenida y disculparnos por haberlos hecho esperar un rato más.

En el artículo 110 de la actual redacción, o sea la aprobada por la Cámara de Representantes, se suspenden cargos y se crean otros. Si bien el artículo dice expresamente que esto no implica un gasto presupuestal en cuanto a los cargos y vacantes, nos interesaría saber los fundamentos y si tiene costos adicionales.

En cuanto al informe general, voy a pedir si nos pueden enviar información sobre la venta del edificio de la embajada en Argentina y la compra de dos edificios, uno en Buenos Aires y otro en Nueva York.

SEÑOR HEBER.- No sé si ya comentaron —no me pareció escucharlo— el artículo que también fue suprimido por parte de la Cámara de Representantes. Me estoy refiriendo al artículo 116 del proyecto de ley remitido por el Poder Ejecutivo, que expresa que los cargos del Servicio Exterior tendrán un orden jerárquico decreciente. Si ya se habló este tema pido disculpas.

Quizá tenga que ver con el nuevo estatuto, pero en nuestro repartido no dice que pasó a la Comisión de Asuntos Internacionales, sino que simplemente fue suprimido. Entonces, si pasaron los otros artículos que tienen que ver con el estatuto, ¿por qué no pasó este? Quizás haya una explicación que desconozco.

SEÑOR PRESIDENTE.- La delegación solicitó si fuera posible que incluyéramos los artículos 108, 110 y 116. Este último es al que hacía referencia el señor senador Heber.

SEÑOR CAUSSADE.- El artículo 110 no tiene costo. Es más, genera ahorros porque hacemos una reestructura de cargos dentro del escalafón diplomático. La supresión de dos cargos de secretario de primera y cuatro de secretario de segunda y la creación de dos cargos de embajador y dos de ministro implican un ahorro anual de $ 920.780. Esto también está en línea con otros temas de reestructuración que estamos realizando en la Cancillería. En términos generales, con el trabajo que hemos estado haciendo este año ya hemos definido un ahorro de alrededor de alrededor de $ 3:000.000 anuales por concepto de reconversiones y reconsideraciones de cargos diplomáticos y administrativos en la Cancillería. Por esa razón, el artículo no genera gastos.

SEÑOR PARDIÑAS.- Quiero aclarar que el contador se refiere al artículo 110 que aprobó la Cámara de Representantes □no al 110 remitido por el Poder Ejecutivo□, que en su redacción original era el 107.

SEÑOR CAUSSADE.- Con respecto a la compra y venta de inmuebles en el exterior puedo decir que la venta del edificio original de nuestra embajada en Ayacucho y Las Heras generó una suma de USD 12:500.000. Con ese dinero se compró un inmueble destinado a las oficinas de la embajada y al consulado general en Buenos Aires □ubicado hoy en las calles Uruguay y Arenales□, cuyo costo fue de USD 4:090.000. Allí tuvimos una erogación de USD 282.000 por gastos de honorarios y administrativos a efectos de poder hacer adecuadamente la trasposición de la propiedad. Además, se gastó USD 1:315.000 en las obras de adecuación de ese inmueble a fin de lograr la funcionalidad necesaria para la embajada y el consulado general. O sea que, en total, poner en funcionamiento nuestra actual embajada y consulado general en la ciudad de Buenos Aires tuvo un costo de USD 5:687.000.

Por su parte, la compra del inmueble en la ciudad de Nueva York, que tiene como destino el funcionamiento de nuestra delegación ante Naciones Unidas y de nuestro consulado general en dicha ciudad, ha tenido un costo de USD 6:988.000. Los gastos de honorarios y administrativos han sido de USD 78.000, aunque esta cifra puede tener alguna variación. Estimamos que el costo de las obras de adecuación de ese inmueble para el funcionamiento de las dos representaciones que mencioné será de unos USD 800.000. Por lo tanto, la proyección es un gasto de USD 7:866.000.

La suma de estas dos cifras totales da como resultado más de USD 12:500.000. Lo que vamos a utilizar es el remanente de las ventas de otros edificios que habíamos realizado con anterioridad. Me refiero a venta de inmuebles en Londres, de OEA y en Nueva York. La compra del inmueble de Nueva York implica un ahorro anual de gastos de arrendamiento de poco más de USD 700.000.

Este es el inventario y el desarrollo de estas operaciones.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión de Presupuesto integrada con Hacienda les agradece la presencia en este ámbito.

No habiendo más asuntos, se levanta la sesión.

(Son las 18:17).